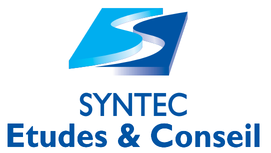
LES MÉTIERS DES ÉTUDES & DU CONSEIL

suivez le guide !







MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE



05

Pour découvrir
le Conseil en management
suivez **la couleur verte**
jusqu'à la page 05

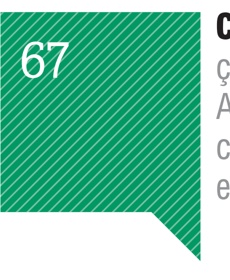
19

C'est le segment
Études marketing & opinion
qui vous intéresse ?
Alors, choisissez **le violet**
et rendez-vous en page 19



51

Pour en savoir plus
sur le **Conseil en recrutement**,
la couleur jaune
vous emmène page 51



67

Conseil en relations publics
ça vous tente ?
Alors, pour vous
c'est **le vert foncé**
et ça se passe page 67



79

Pour la filière **Conseil**
en évolution professionnelle
Suivez la piste **orange**
jusqu'à la page 79



Et si vous faisiez le choix de réussir ?

Les métiers des Études et du Conseil

En choisissant les métiers des Études et du Conseil, vous faites le choix de l'avenir. Impliqués dans les défis de demain, vous décryptez les tendances, faites parler les chiffres, exprimez votre sens de l'analyse. Participer à la stratégie, piloter le changement, conduire des projets, sont autant de territoires ouverts vers votre future carrière.
Vous découvrirez des métiers qui conjuguent créativité et rigueur, travail en équipe et sens de l'autonomie. Des missions stratégiques, des carrières passionnantes… les métiers des Études et du Conseil c'est faire le choix de l'avenir. ”

Plus d'infos sur : www.avenir-etudes-conseil.com

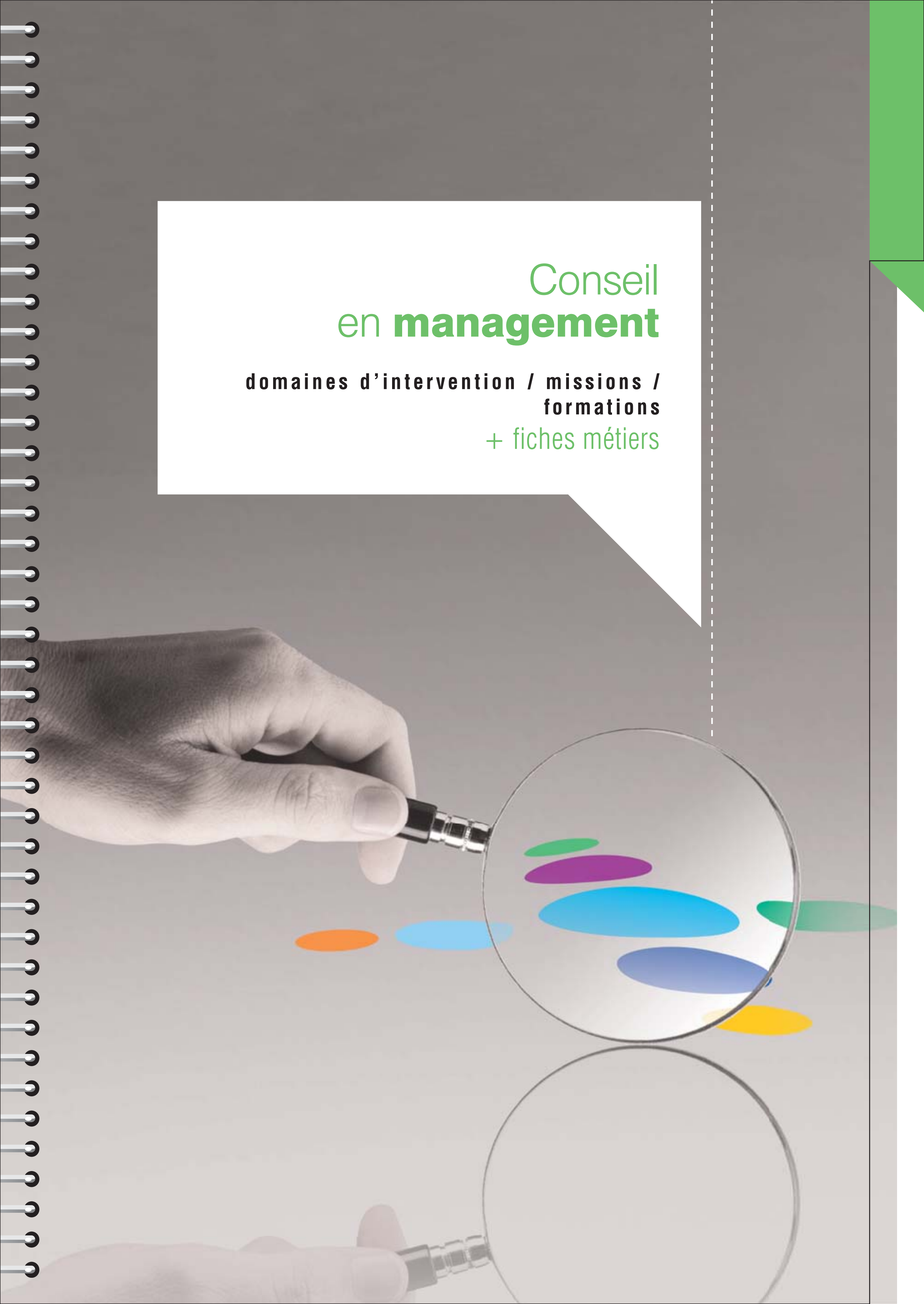
mode d'emploi

Vous trouverez dans ce guide une mine d'informations pour mieux connaître et comprendre les métiers des Études et du Conseil.

Pour chacun des métiers : Conseil en management, Études marketing & opinion, Conseil en recrutement, Conseil en relations publics et Conseil en évolution professionnelle, une présentation des domaines d'interventions et missions vous est proposée. Les emplois et formations qui y mènent sont détaillés.

Et pour aller plus loin, nous vous invitons à visiter notre site **www.avenir-etudes-conseil.com** où vous découvrirez notre chaîne TV, nos contenus pédagogiques, nos offres de stage et contrats d'apprentissage, un zoom sur nos événements et Coach'Emploi, l'outil d'aide à l'insertion professionnelle.

Tous ces outils sont faits pour vous, profitez-en au maximum !


Conseil
en management
domaines d'intervention / missions / formations
+ fiches métiers

Conseil en **management**

Les entreprises et les organisations évoluent aujourd'hui dans un contexte de plus en plus complexe, dont les repères sont remis en cause, et doivent faire face à de nouvelles problématiques de mondialisation, d'innovation technologique et de compétitivité accrue. Ces facteurs impliquent une transformation constante et rapide des acteurs de la vie économique.

Le rôle des cabinets de conseil en management est d'accompagner les entreprises, les organisations et les hommes dans les multiples phases de leur développement, sur des enjeux phares tels que la rentabilité, la croissance et la compétitivité. Les consultants apportent leurs analyses et leur expertise, leurs méthodes et le recul nécessaire pour faciliter le processus de décision des directions.

Stratégie, marketing, organisation générale ou de terrain, ressources humaines, systèmes d'information… Les domaines d'intervention du conseil en management sont variés, mais convergent vers un même objectif : accélérer la transformation des entreprises.

Ainsi, le conseil en management est un employeur attractif pour de nombreuses filières de formation. Il offre aux jeunes diplômés l'occasion d'apprendre un métier d'excellence, reposant sur des méthodes, mais aussi une grande autonomie et une liberté intellectuelle. Le conseil en management ouvre de surcroît de multiples perspectives d'évolution.

Plus d'infos sur : www.avenir-etudes-conseil.com

domaines d'intervention / missions

Facteur de développement professionnel

Le conseil en management offre aux jeunes diplômés une opportunité de formation et d'apprentissage sur le terrain. Mais c'est avant tout un métier à part entière qui permet d'aborder des problématiques globales, internationales et variées dans tous les domaines d'activité. Au travers de la diversité des missions qui lui sont confiées, le consultant développe sa propre expertise. Il bénéficie tout au long de sa carrière d'un suivi personnalisé dans l'acquisition de savoir-faire et l'amélioration de son savoir être.

Métier d'excellence

Un bon consultant saura faire preuve d'une grande capacité d'analyse et de qualités relationnelles afin non seulement de délivrer des conseils pertinents et novateurs à ses clients, mais aussi de participer à leur mise en œuvre. Dynamisme et réactivité sont des pré-requis importants pour réussir dans cet univers. Loin de toute routine, le consultant est ouvert à la mobilité géographique, travaille en équipe et en mode projet.

Le conseil en management se fonde sur des capacités de curiosité et d'ouverture à l'innovation pour conduire et surtout préparer les entreprises à leur réussite future. Il réclame également un fort investissement intellectuel afin de répondre aux défis des entreprises clientes. En effet, il s'agit de réaliser un travail sur mesure en termes de diagnotic, de méthodologie, de business plan... car faire bouger une entreprise, c'est un métier !

Accélérateur de carrière

Avec l'expérience, le consultant se forme à devenir un véritable manager puisqu'il acquiert une vision globale de l'entreprise et a l'opportunité d'aborder tous ses aspects clés : la vente, le marketing, les ressources humaines, le management, les systèmes d'information... Véritable accélérateur de carrière, ce métier permet de se projeter vers des perspectives d'évolution ambitieuses et d'accéder à terme à des postes de direction générale ou de niveau comité de direction.

EXEMPLES DE MISSIONS

Le conseil en management intervient à différents niveaux dans la chaîne de valeur du client : l'analyse, la résolution, la conception, la mise en œuvre... Il apporte avant tout une réelle expertise fonctionnelle et/ou sectorielle.

Comment installer une marque mondiale forte pour une multinationale de l'agroalimentaire ?
Définir la stratégie et l'architecture de marque pour 5 ans Réorganiser et réduire le portefeuille de marques. Faire une analyse approfondie par pays avant de proposer des plans de déploiement différenciés.

Comment optimiser le processus d'attribution de crédit d'une banque ?
Fournir un diagnostic décomposant le processus complet d'attribution de crédit depuis sa demande jusqu'à son octroi. Identifier d'éventuelles ruptures dans le processus métier puis suggérer des améliorations.

Comment doubler le chiffre d'affaires d'une entreprise du secteur de l'énergie en quatre ans sans faire d'opération de croissance externe ?
Proposer une stratégie de moyens : renforcement de la force de vente dans les centres régionaux grâce au recrutement et à des programmes de formation, développement de nouvelles offres de produits et de services, diffusion des bonnes pratiques professionnelles.

Comment réorganiser une compagnie d'assurance internationale dans le cadre d'une double fusion-acquisition ?
Mettre en place quatre grands chantiers : définition et mise en œuvre de la nouvelle organisation, accompagnement du changement, migration informatique et gestion du progiciel de gestion.

Comment alléger les coûts d'un constructeur de poids lourds international ?
Analyser les dépenses du constructeur, les relations fournisseurs et la stratégie des concurrents. Identifier de nouveaux fournisseurs potentiels, en particulier sur de nouveaux marchés, et mettre en place un programme de gestion des achats.

Comment définir et décliner une politique petite enfance dans une communauté de communes ?
Faire un bilan de l'offre en direction des jeunes enfants et analyser l'organisation socio-spatiale du territoire. Recenser et évaluer les attentes et besoins des acteurs locaux. Proposer des scénarios de développement d'une politique enfance et petite enfance.

Comment mieux appréhender et maîtriser les coûts de montage pour un théâtre ?
Sur la base de statistiques relatives aux spectacles donnés par ce théâtre, rédiger un document de synthèse des activités et résultats de l'organisation par centre de décision. Mettre en place un tableau de bord permettant de visionner en permanence les objectifs à atteindre.

métiers / formations

Consultant
Quelle chance d'être plongé, dès le début de sa carrière, au cœur de la vie des entreprises ! Chaque nouvelle mission est l'occasion de partir à la découverte de problématiques et de secteurs différents. Son rôle ? Contribuer directement à un projet d'accompagnement du changement dans des domaines variés : stratégie de développement, systèmes de management, finance, emploi, qualité, e-business, logistique, nouvelles technologies…
Le consultant saisit cette opportunité pour prouver ses capacités d'investigation, acquérir de l'autonomie, faire preuve de créativité tout en s'appuyant sur l'expérience de son responsable de mission.

Consultant senior
Grâce à sa maîtrise des dimensions métiers, il gagne en autonomie.
En partenariat avec le management de l'entreprise, il éclaire les situations et joue son rôle de facilitateur, avec réalisme et efficacité.
Son "plus" est d'apporter son recul et son regard critique dans un esprit de partenariat constructif, d'affirmer ses convictions et de les faire partager.
Il peut encadrer des consultants ou participer à deux projets simultanément, et participe au développement commercial.

Manager
Écouter, mobiliser, partager, gérer des ressources : le manager dirige des missions de consulting aux problématiques de plus en plus complexes.
Son expérience ne l'empêche pas de se remettre en cause et de faire preuve d'une insatiable curiosité intellectuelle pour apporter un autre regard.
Sa montée en compétences lui permet d'assumer un triple niveau de responsabilité : technique, managérial et commercial.

Manager Senior
Grâce à des interventions dans de multiples domaines, voilà un poste où l'on met directement à profit sa connaissance des entreprises et de secteurs d'activité diversifiés.
Attentif à l'innovation, il fait bénéficier son client d'approches transverses et pluridisciplinaires. Son expérience lui a permis de capitaliser sur les bonnes pratiques qu'il met à la disposition de ses équipes. Responsable de la rentabilité de ses missions, il négocie en direct avec ses clients.

Directeur
Leader reconnu par ses pairs, le directeur prend en charge plusieurs projets en simultané avec, pour objectif, de développer son portefeuille d'affaires. On compte sur lui pour animer des équipes importantes auprès desquelles il représente un référent solide. Chez ses clients, il s'adresse en direct aux directions générales qui lui confient des missions complexes à fort enjeu stratégique. C'est un pilier, en interne comme en externe.





LES FORMATIONS

Si les sociétés de conseil en management recrutent très majoritairement à Bac +5, elles s'intéressent à une grande variété de profils : ESC, écoles d'ingénieurs, IEP, universités… et de formations : économie, gestion, finance, ressources humaines, marketing, statistiques, etc.

Au-delà de la formation d'origine, les sociétés de conseil recherchent des candidats dotés d'un esprit de synthèse, de curiosité, de qualités relationnelles et rédactionnelles.

Leurs missions les amenant de plus en plus à intégrer la dimension européenne ou internationale, la maîtrise de l'anglais est absolument indispensable, et une troisième langue est un plus.

fiche métier #1

Consultant junior en management



01. Résumé du poste

Le consultant junior intervient dans des missions de conseil en organisation et management. Il intervient en clientèle selon un cadre de mission prédéfini, sous la responsabilité du responsable de mission. Il met en œuvre des outils et méthodes relevant de sa spécialité et/ou de son secteur d'intervention.



02. Activités principales

- Prendre part à la réalisation des missions chez les clients
- Participer à la réalisation des différents livrables d'une mission (compte-rendu, synthèse, rapport)
- Préparer et animer des réunions de travail opérationnelles



03. Activités spécifiques

- Participer à la rédaction de propositions commerciales
- Capitaliser sur les missions
- Produire à usage interne des notes, fiches, mémorandums…



04. Savoir-faire

- Rédaction de synthèses, compte-rendu et rapports
- Organisation de son travail dans le cadre de l'intervention
- Conduite d'entretiens
- Contribution pour l'organisation et animation de réunions de travail opérationnelles
- Règles d'intervention en clientèle (opérationnelles, comportementales, déontologiques…)
- Notions de compréhension et de résolution de problèmes

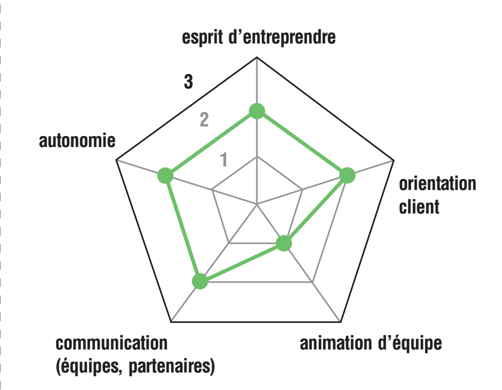


05. Connaissances

- Outils du conseil en organisation et management de son domaine d'intervention
- Culture professionnelle du domaine d'intervention
- Outils bureautiques
- Langue d'intervention chez le client (anglais…)



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Outre des compétences techniques en management et en organisation, des qualités de communicant sont indispensables pour cerner au plus près les enjeux et les besoins du client et être force de propositions. Un bon relationnel permettra également au consultant de cultiver et de développer son réseau de clients. L'esprit d'analyse, assorti d'un regard critique, permettra au consultant en management de déterminer rapidement quelles sont les problématiques auxquelles il doit faire face et d'y trouver des solutions appropriées.



07. Cadre

L'activité de consultant junior en management s'exerce au sein de sociétés de services, de cabinets de conseils ou en indépendant. Au cours de ses missions, le consultant est amené à travailler pour une large gamme de secteurs d'activité allant de l'industrie au service, en passant par la banque ou les systèmes d'information, que ce soit pour de grands groupes ou des PME.



08. Évolution professionnelle

Après avoir comptabilisé plusieurs années d'expérience professionnelle, le consultant junior en management peut monter dans l'échelle hiérarchique. Exemple de fonction vers laquelle il est possible d'évoluer après avoir exercé le métier de consultant junior en management :

- Consultant senior en management



09. Formation

La fonction est accessible aux titulaires d'un Bac +5 spécialisé dans le domaine d'intervention.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #2

Consultant senior en management



01. Résumé du poste

Qu'il travaille seul ou en équipe, le consultant senior en management apporte son expertise en matière d'organisation et de management auprès d'entreprises clientes. Il intervient dans le cadre de missions au cours desquelles il propose des solutions visant à améliorer la performance du client et supervise, le cas échéant, leur mise en œuvre.



02. Activités principales

- Réaliser une partie ou l'intégralité de missions
- Piloter parties de missions et manager en mode projet quelques consultants
- Participer à l'élaboration des propositions d'intervention (méthodologie, planning, budget)
- Identifier des opportunités commerciales chez le client



03. Activités spécifiques

- Être un support interne
- Capitaliser sur les missions et participer à l'amélioration des outils et méthodes
- Intervenir (dont tutorat) dans la formation des consultants



04. Savoir-faire

- Gestion du temps, des priorités et de l'organisation du travail
- Animation de réunion de travail opérationnelle
- Conduite d'entretiens y compris complexes
- Compréhension et résolution de problèmes complexes
- Outils et méthodes d'intervention relatifs à : collecte d'information, analyse, diagnostic, production de solutions
- Rédaction de synthèses, compte-rendu, rapports y compris ceux ayant une certaine complexité
- Pratique professionnelle de l'anglais et/ou autre langue étrangère

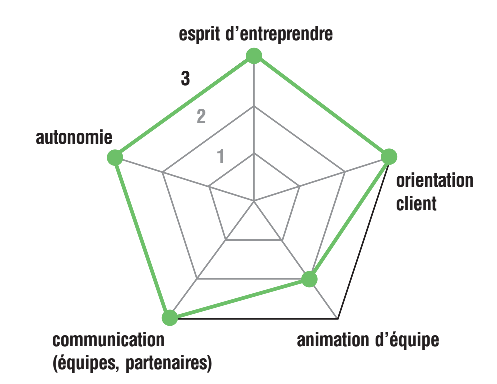


05. Connaissances

- Outils et méthodes du conseil en organisation et management de son domaine d'intervention
- Culture professionnelle approfondie du domaine d'intervention
- Outils logiciels et bureautiques



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Parce qu'il est régulièrement en contact avec les clients, le consultant senior en management doit faire preuve de qualités d'écoute pour répondre de manière efficace à leurs besoins. Il doit également faire preuve d'initiative pour proposer des solutions adéquates répondant aux attentes du client.



07. Cadre

Le consultant senior en management intervient dans tous les secteurs d'activité de la vie économique.
Il travaille au sein d'un département au cœur duquel il tend à développer son expertise propre à un domaine en particulier. Il collabore fréquemment avec les consultants, les managers et la direction de l'entreprise.
Il est également amené à travailler chez le client en partenariat avec les responsables de projet ou tout autre collaborateur dépêché par le client.



08. Évolution professionnelle

Le consultant senior en management peut être appelé à gérer des projets de plus en plus complexes et cela, de manière de plus en plus autonome. Si la hiérarchie de certains cabinets implique plusieurs niveaux d'expérience – confirmé, qualifié, expérimenté ou expert – une des progressions possibles le dirigera vers le poste de manager responsable de missions ou de responsable de services. Exemple de fonction vers laquelle il est possible d'évoluer après plusieurs années d'expérience en tant que consultant senior en management :

- Manager responsable de mission



09. Formation

Le consultant senior en management est titulaire d'un diplôme d'ingénieurs ou d'une grande école de commerce. Il peut également avoir complété une formation universitaire de niveau Bac +5 en économie, gestion, finances, organisation ou management des entreprises. Pour accéder à ce poste, il doit par ailleurs bénéficier d'une expérience d'au moins deux ans en tant que consultant en management.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #3

Directeur de département



01. Résumé du poste

Le directeur de département en conseil en management a en charge une direction / centre de profits de conseil en organisation et management et ses résultats.
Il est la personne référente en dernier ressort de ses collaborateurs. Il décide de l'organisation de la direction et de la délégation des responsabilités.



02. Activités principales

- Manager une direction/centre de profit, ses services/pôles d'activité
- Encadrer une équipe de consultants et managers pour un pôle d'activité
- Définir la stratégie pour la direction/centre de profits
- Fixer les objectifs des managers responsables de missions et des équipes
- Concevoir une gamme de produits ou services, leur production et leur commercialisation
- Être personne ressource pour l'entreprise dans la spécialité de sa direction
- Piloter la négociation avec les comptes-clés



03. Activités spécifiques

- Prendre en charge des projets transversaux
- Participer au comité de direction et à l'élaboration de la politique générale de l'entreprise
- Représenter l'entreprise dans des instances institutionnelles externes, auprès de partenaires, dans les médias…
- Décider des accords commerciaux avec les cabinets partenaires



04. Savoir-faire

- Management des managers et des services
- Compréhension et la résolution de problèmes dans différentes dimensions, y compris complexes et porteurs d'enjeux majeurs
- Négociation avec les clients
- Prise de décision managériale et mise en œuvre de la décision
- Gestion d'entreprise : élaboration de la stratégie, gestion des ressources financières, techniques, humaines, commerciales

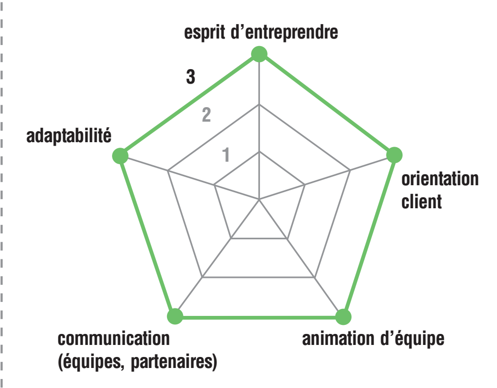


05. Connaissances

- Management d'entreprise
- Marché du domaine d'intervention



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Parce qu'il est régulièrement en contact avec les clients, le consultant senior en management doit faire preuve de qualités d'écoute pour répondre de manière efficace à leurs besoins. Il doit également faire preuve d'initiative pour proposer des solutions adéquates répondant aux attentes du client.



07. Cadre

Le consultant senior en management intervient dans tous les secteurs d'activité de la vie économique. Il travaille au sein d'un département au cœur duquel il tend à développer son expertise propre à un domaine en particulier. Il collabore fréquemment avec les consultants, les managers et la direction de l'entreprise.
Il est également amené à travailler chez le client en partenariat avec les responsables de projet ou tout autre collaborateur dépêché par le client.



08. Évolution professionnelle

Le consultant senior en management peut être appelé à gérer des projets de plus en plus complexes et cela, de manière de plus en plus autonome. Si la hiérarchie de certains cabinets implique plusieurs niveaux d'expérience – confirmé, qualifié, expérimenté ou expert – une des progressions possibles le dirigera vers le poste de manager responsable de missions ou de responsable de services.
Exemple de fonctions vers lesquelles il est possible d'évoluer après plusieurs années d'expérience en tant que consultant senior en management :

- Manager responsable de mission



09. Formation

Le consultant senior en management est titulaire d'un diplôme d'ingénieur ou d'une grande École de commerce. Il peut également avoir complété une formation universitaire de niveau Bac +5 en économie, gestion, finances, organisation ou management des entreprises. Pour accéder à ce poste, il doit par ailleurs bénéficier d'une expérience d'au moins deux ans en tant que consultant en management.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #4

Manager responsable de mission



01. Résumé du poste

Le manager responsable de mission est à la fois un gestionnaire, un commercial, un consultant et un chef d'équipe. Il assure la coordination et la gestion d'une mission qui lui a été confiée, en apportant son expertise en matière de management. Dans cette optique, il supervise une équipe de consultants qui l'épaule dans l'exécution de cette mission et veille à la réalisation des objectifs en termes de chiffres d'affaires. Il est également chargé d'élargir le portefeuille clients dans le but d'obtenir de nouvelles missions par la suite.



02. Activités principales

- Diriger les missions, manager les équipes projets et en avoir la responsabilité vis-à-vis du client
- Participer au développement commercial, élaborer les offres commerciales
- Prendre part au développement de nouveaux produits et de nouvelles approches
- Assurer le suivi budgétaire et la responsabilité de la rentabilité des missions confiées
- Participer au développement des compétences des consultants



03. Activités spécifiques

- Encadrer hiérarchiquement des collaborateurs
- Intervenir ponctuellement comme consultant personne ressource dans une mission
- Prendre en charge des projets internes transversaux



04. Savoir-faire

- Pilotage de missions, management de projets
- Maîtrise de la relation client
- Animation d'équipe
- Prospection commerciale et négociation avec le client
- Pratique professionnelle de l'anglais et/ou autre langue étrangère

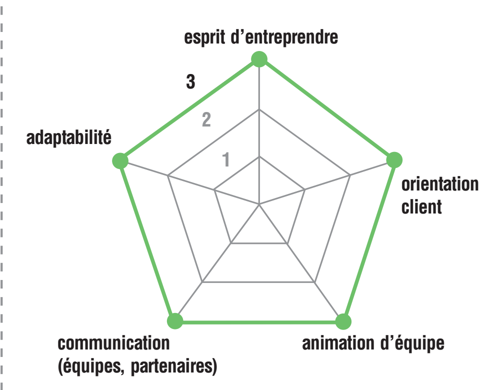


05. Connaissances

- Gestion d'entreprise
- Connaissance approfondie et capitalisée des outils et méthodes de son domaine d'intervention



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le manager responsable de mission doit être un bon communicant et maîtriser parfaitement la relation client. Il entretient son réseau de clients et prospecte en vue d'obtenir de futures missions. De ce fait, des qualités de savoir-être et un bon relationnel sont indispensables pour occuper ce poste.



07. Cadre

L'activité de manager responsable de mission s'exerce la plupart du temps soit en interne, soit lors d'une mission chez le client. En externe, le manager responsable de mission travaille de concert avec les responsables du projet et la direction de l'entreprise, côté client. En interne, il collabore avec les responsables de projets, les managers et les directeurs de son entreprise.



08. Évolution professionnelle

Le manager responsable de mission est un profil expérimenté puisqu'il ne peut accéder à ce poste sans avoir quelques années d'expérience significative de cadre supérieur ou de consultant en management. Avec les années, il se voit confier des missions de plus en plus complexes sur le plan stratégique et gère son propre portefeuille clients.
Exemple de fonction accessible après une expérience de manager responsable de mission :

- Directeur de département



09. Formation

La fonction est accessible aux Bac +5.
Toutefois, une expérience de 3 à 5 ans en tant que consultant senior est requise pour accéder à ce poste et cela, quel que soit le diplôme acquis.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.





Études **marketing** et **opinion**

technique / domaines d'intervention / missions / formations

+ fiches métiers

Études **marketing** et **opinion**

L'environnement économique mondial a connu ces dernières années des évolutions radicales conduisant les entreprises et leurs dirigeants à décider et diriger autrement. Ainsi, s'ils continuent à conférer un rôle important à l'intuition, tous les dirigeants mettent désormais en avant la nécessité de procéder à des analyses cartésiennes et rigoureuses.

Éminence grise des dirigeants ou conseiller dans la prise de décision, le rôle des sociétés d'études est donc de réduire l'incertitude des décideurs en maîtrisant la collecte, le traitement et l'interprétation de l'information.

La variété des champs d'application permet aux sociétés d'études d'enquêter aussi bien sur des professionnels que sur des particuliers, des entreprises ou des administrations.
Davantage qu'un instrument de mesure, les Études participent à l'évolution, voire à l'anticipation des phénomènes sociétaux.

À l'instar des métiers du conseil, le secteur des Études est un employeur attractif pour de nombreuses filières, universitaires, scientifiques et commerciales.
Le métier des Études se situe à la convergence des sciences humaines et des sciences exactes

Plus d'infos sur : www.avenir-etudes-conseil.com

techniques / domaines d'intervention

Étude Qualitative

Les études qualitatives ont deux types d'utilisation. D'une part, le quali exploratoire qui a pour fonction essentielle de préparer la quantification qui suivra. Par exemple, procéder à une segmentation de la population des adultes vis-à-vis du grignotage. Le quali va alors permettre de définir le vocabulaire employé par les cibles, d'établir une liste aussi exhaustive que possible des thématiques caractéristiques du problème posé. Le qualitatif est ici garant de la qualité des résultats de l'étude quantitative opérationnelle.
D'autre part, le quali "modélisant" ou "décisionnel" qui vise à comprendre comment un problème se pose, à "modéliser" un univers dans la perspective d'apporter de l'information susceptible d'inspirer une stratégie innovante.
Dans ces deux cas, les études se fondent sur une analyse en profondeur du discours des interviewés (établi en groupes ou individuellement).
Elles reposent sur un échantillon restreint d'individus qui n'est pas représentatif au sens statistique du terme mais "diversifié" ou constitué de sous-groupes homogènes.

Étude Quantitative

L'étude quantitative vise à quantifier des attitudes ou des comportements, à mesurer les variables dont ils dépendent, à comparer, à mettre en relief des corrélations... Elle est plus souvent réalisée par sondage, sur un échantillon qui doit être représentatif si on souhaite que les résultats puissent être généralisés à l'ensemble de la population étudiée. Elle nécessite la mise au point d'instruments de mesure standardisés et codifiables (questionnaires structurés).

En conclusion, le qualitatif et le quantitatif sont deux approches complémentaires et souvent indispensables l'une à l'autre.

Étude Quantitative ad hoc vs Omnibus

Destinées à un seul client, les études ad hoc produisent de l'information statistique sur-mesure et répondent à un problème marketing précis. A l'inverse, les études "omnibus" s'appuient sur un mode de recueil dans lequel seul l'échantillon de personnes à interroger est défini à l'avance et où chaque client participant peut poser les questions de son choix.

Panels

Les enquêtes par panel désignent une catégorie d'études quantitatives : celles qui permettent, à partir d'un échantillon représentatif, de suivre l'évolution des marchés dans une population définie (de consommateurs, de professionnels, de magasins,…) et à intervalle régulier.
Ce type d'étude se distingue donc par son double caractère de constance et de répétition : échantillon constant, recueil identique pour les différentes vagues.

QUELQUES EXEMPLES D'ÉTUDES COURANTES

- Les bilans de communication
- Les panels de distributeurs
- Les panels de consommateurs
- Les études d'intention de vote
- Les études de climat interne
- Les études de notoriété et d'image
- Les études de positionnement
- Les études de satisfaction
- Les études documentaires et de veille concurrentielle
- Les études ethnographiques
- Les tests de produits, de logo, de packaging
- Mesure d'audience TV, radio, affichage…

QUELQUES EXEMPLES DE MODES DE RECUEILS

- Réunions de groupe
- Entretiens individuels (étude quali)
- Études "face à face" (étude quanti)
- Études online
- Études postales
- Tests en salle
- Études téléphoniques

Les principaux secteurs clients des Instituts d'Études :

- Banque et Assurance
- Distribution
- Énergie, pétrole
- Grande consommation
- Haute technologie
- Industrie lourde
- Industrie automobile
- Industrie pharmaceutique
- Médias
- Partis politiques
- Publicité, communication
- Secteur public
- Tourisme
- Transport

métiers / formations

Chargé d'études

Décrypter les tendances du marché, cerner les attentes du consommateur, comprendre les opinions et le comportement des individus : ce praticien de terrain a les yeux grands ouverts sur le monde. Ouvert et imaginatif, autonome, il participe à la réalisation d'études marketing en valorisant ses capacités d'analyse et de synthèse. Qualitative ou quantitative ? Son approche est différente en fonction du type d'études dont il est chargé. Mais dans les deux cas, il mettra à profit son sens de l'écoute et ses capacités rédactionnelles.

Chargé d'études senior

Un chef d'orchestre qui assume sa mission en toute autonomie : produire des études dont la complexité varie selon les cas. De la relation client à la restitution des résultats, il coordonne tous les aspects et toutes les étapes des processus d'études dont il est responsable. C'est un mobilisateur de ressources qui sait choisir les techniques les mieux adaptées tout en maîtrisant son budget. Sur le dossier qui lui est confié, il est maître à bord : à lui de maintenir le cap pour la plus grande satisfaction de son client !

Directeur d'études

Des épaules larges pour ce chef d'équipe. De la définition des besoins à la présentation des résultats, il assume la totalité du processus. Il mobilise les équipes et assure aussi leur formation. Sa valeur ajoutée ? Son expérience et sa capacité d'innovation, la sûreté de son jugement et sa rigueur dans la gestion de projet. Il peut aussi être spécialisé dans certains types d'études ou de produits sur lesquels il a acquis une expertise particulière. Enfin, il assume un rôle de prospection commerciale et de gestion de la relation client.

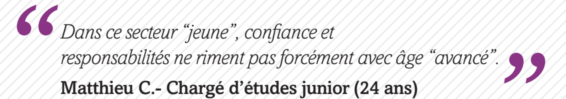
Responsable en développement commercial
Responsable de clientèle

Quand on a la fibre commerciale, voici le poste idéal ! Doté d'un esprit analytique et négociateur, il participe directement au développement et à la gestion d'un portefeuille de clients, ou bien d'un secteur d'activité ou encore de produits. Il faut savoir identifier les besoins, bien connaître les prestations offertes, négocier les offres avec les clients. Sans oublier de se coordonner avec les équipes réalisant les prestations et d'effectuer un reporting régulier de ses résultats commerciaux.



“*Chaque semaine est différente, on travaille sur des boissons, des parfums, des voitures, sur des problématiques différentes (produit, distribution, notoriété…) et sur des méthodologies riches et variées.*”

Gaspard M.- Directeur Études (33 ans)



“*Dans ce secteur "jeune", confiance et responsabilités ne riment pas forcément avec âge "avancé".*”

Matthieu C.- Chargé d'études junior (24 ans)



LES FORMATIONS

Le secteur des Études recrute majoritairement des candidats à Bac +5, qu'ils soient issus de l'université, écoles de commerce, IEP, écoles d'ingénieurs, etc. S'il existe des formations spécifiquement dédiées à ce secteur d'activité, particulièrement au niveau master, de nombreux cursus peuvent y mener.

Parmi les jeunes professionnels, on trouve en effet des diplômés issus à la fois des filières économie & gestion dans les fonctions quanti, sciences humaines dans les fonctions quali (psychologie, sociologie, communication, lettres) et scientifiques dans les fonctions techniques (statistiques & économétrie).

L'explosion actuelle des études internationales suppose également la maîtrise d'une langue étrangère (principalement l'anglais).

fiche métier #5

Chargé d'études marketing et opinion junior



01. Résumé du poste

Professionnel de terrain, le chargé d'études marketing et opinion junior participe à la réalisation de rapports plus ou moins complexes sur les tendances d'un marché. À cette fin, il collecte des données dont l'analyse servira ultérieurement à orienter la stratégie commerciale d'une entreprise. Il est attentif aux besoins du client avec lequel il travaille en liaison directe, sous l'égide du responsable de l'étude.



02. Activités principales

- Participer, tout ou partie, à la réalisation de la production d'études, enquêtes, sondages
- Transmettre les consignes pour la collecte des données et le traitement aux équipes (internes ou externes) de production
- Valider et contrôler les étapes-clés du process d'étude mis en œuvre par des prestataires dans le respect des procédures internes
- Assurer la gestion technique du dossier client
- Prendre en compte l'adéquation entre le temps passé et le budget client



03. Activités spécifiques

- Réaliser des restitutions orales de résultats de l'étude au client
- Faire le lien avec le client et l'informer de l'avancée de l'étude
- Contribuer à l'élaboration de recommandations



04. Savoir-faire

- Techniques d'enquêtes quantitatives et/ou qualitatives
- Techniques de traitement des données quantitatives et/ou qualitatives et gestion d'un plan de rapport
- Élaboration d'écrits professionnels : rapport, synthèse, diaporama, présentation…
- Gestion des priorités, gestion du temps
- Gestion de projet

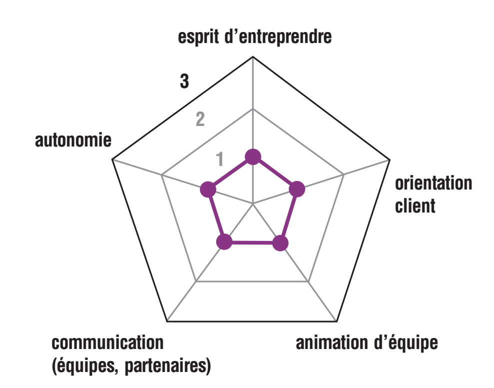


05. Connaissances

- Process de réalisation d'une étude
- Outils bureautiques et Internet
- Analyse statistique (pour les études quantitatives plus particulièrement)
- Marketing
- Anglais
- Connaissance complémentaire d'un des domaines suivants : communication, sémiologie, documentation, géographie, gestion, statistiques, sociologie, psychologie, intelligence économique, management…



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le chargé d'études marketing et opinion junior doit maîtriser les techniques d'enquêtes qualitatives et quantitatives, de même que celles du traitement des données récoltées. De ce fait, il doit avoir un goût prononcé pour les chiffres et posséder des qualités rédactionnelles nécessaires afin de pouvoir produire des rapports, des synthèses ou encore des présentations.



07. Cadre

Le chargé d'études marketing et opinion junior est amené à travailler régulièrement sur le terrain de même que chez le client, si le projet l'exige. Il est également en relation avec les prestataires de services, les collecteurs et les fournisseurs de données. En interne, il travaille en collaboration avec les chargés d'études seniors et le directeur d'études.



08. Évolution professionnelle

Avec l'expérience, les responsabilités du chargé d'études marketing et opinion junior augmentent tant dans la production de l'étude que dans l'analyse des données. Quelques exemples d'évolutions possibles après plusieurs années d'expérience en tant que chargé d'études marketing et opinion junior :

- *Chargé d'études marketing et opinion senior*
- *Chargé d'études en entreprise*



09. Formation

La fonction de chargé d'études marketing et opinion junior est ouverte aux débutants et aux jeunes diplômés. Un niveau Bac +5 en statistiques, en marketing, en économétrie ou un diplôme d'école de commerce permet d'accéder à ce poste.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #6

Chargé d'études marketing et opinion senior



01. Résumé du poste

Le chargé d'études senior mène de manière autonome une étude de A à Z. Il élabore le questionnaire sur la base duquel est réalisée l'étude et gère la production dans son ensemble, en fonction de critères prédéfinis avec le client. Chargé du relationnel avec le client, il veille également au respect du budget alloué pour l'étude.



02. Activités principales

- Réaliser de manière autonome la production de tout ou partie des études confiées : collecte des données, traitement, présentation des résultats, analyse
- Prendre en charge la gestion technique du dossier client, et le suivi de l'économie générale de la mission
- Valider et contrôler les étapes-clés du process d'étude
- Rédiger les rapports et synthèses d'études y compris complexes
- Être garant des délais
- Gérer l'interface et le relationnel client



03. Activités spécifiques

- Participer aux restitutions orales de l'étude au client
- Encadrer une ou plusieurs personne(s)
- Rédiger une proposition commerciale simple
- Participer à la rédaction de propositions complexes
- Contribuer au développement



04. Savoir-faire

- Élaboration d'écrits professionnels et conception d'un plan de rapport
- Gestion de projets
- Analyse, synthèse et élaboration de préconisations de conseil
- Techniques d'enquêtes quantitatives et/ou qualitatives
- Techniques de traitement des données quantitatives et/ou qualitatives
- Outils bureautiques et logiciels de traitement de données
- Formation des collaborateurs (chargés d'études notamment)

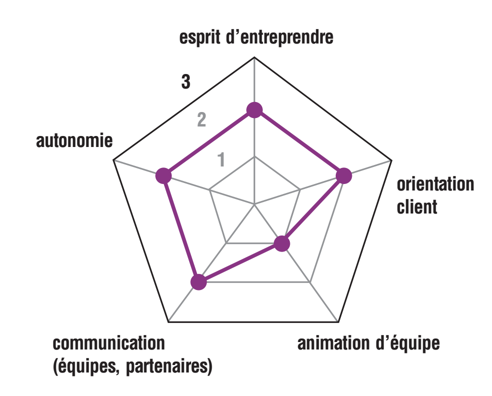


05. Connaissances

- Process de réalisation d'une étude
- Marketing
- Anglais
- Connaissances complémentaires dans l'un des domaines suivants : communication, sémiologie, documentation, géographie, gestion, statistiques, sociologie, psychologie, intelligence économique, management



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le chargé d'études senior doit aussi bien maîtriser les techniques d'enquêtes quantitatives que qualitatives. Il doit par ailleurs être familiarisé avec la gestion de projet et la gestion d'équipe puisqu'il peut être amené à encadrer une équipe de chargés d'études. En ce sens, il peut être appelé, de manière ponctuelle, à former les collaborateurs.



07. Cadre

Qu'il travaille sous la responsabilité du chef de groupe d'études marketing ou du directeur d'études, le chargé d'études senior réalise sa mission à la fois en interne, sur le terrain et chez le client. Ses responsabilités l'amènent à travailler en liaison directe avec le client, les prestataires de services et les fournisseurs de données. En interne, il travaille aux côtés de chargés d'études moins expérimentés ou d'expérience égale. Enfin, ses activités peuvent varier selon qu'il est chargé d'effectuer des études quantitatives ou qualitatives.



08. Évolution professionnelle

Avec quelques années d'expérience professionnelle à son actif et la conduite d'études graduellement plus complexes, le chargé d'études senior peut devenir directeur d'études, chef de groupe en études marketing et opinion, consultant senior en management marketing ou encore chargé d'études en entreprise.



09. Formation

Si certaines entreprises accueillent des profils Bac +3 spécialisé en sciences humaines avec statistiques, le diplôme doit être assorti de plusieurs années d'expérience professionnelle. Car les employeurs recherchent plus volontiers des candidats issus d'une école de commerce ou des titulaires d'un Bac +5 en statistiques, marketing, économétrie. D'autant que trois années d'expérience professionnelle en tant que chargé d'études sont nécessaires pour accéder à ce poste et cela, quel que soit le diplôme obtenu.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #7

Chargé de recueil de données



01. Résumé du poste

Le chargé de recueil de données, aussi appelé technicien de production online/offline ou scripteur, prend en charge l'aspect purement informatique qu'implique la réalisation d'études marketing et opinion. Recueil et traitement des données, mise en forme du plan de sondage : il applique dans le concret la méthode définie puis prescrite par le chargé de traitement, qu'il seconde du haut de ses compétences techniques aiguisées.



02. Activités principales

- Saisir le questionnaire d'enquête
- Préparer les fichiers sur les outils de traitement qui lui sont dédiés
- Renseigner et transmettre les indicateurs de suivi
- Effectuer le contrôle de l'étude avant sa mise à disposition
- Traiter les données et éditer les résultats selon le plan de sondage



03. Activités spécifiques

- Sans objet



04. Savoir-faire

- Traitements statistiques
- Logiciels d'enquêtes
- Logiciels de traitement de données

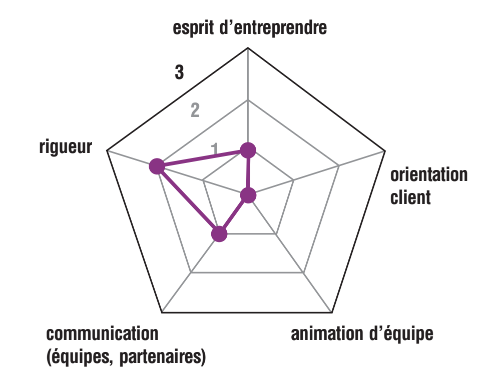


05. Connaissances

- Techniques d'enquêtes



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Rigueur et sens de l'organisation permettent au chargé de recueil de données de remplir sa mission première : réaliser dans le concret, et grâce à sa maîtrise des logiciels et autres outils techniques, le recueil et le traitement pertinents des informations transmises par les équipes terrain. Sa connaissance pratique des processus de l'analyse statistique lui permet d'appréhender dans sa complexité la mise en œuvre des études, dont il est un maillon indispensable.



07. Cadre

Rattaché au département technique ou informatique, le chargé de recueil de données exerce ses fonctions au sein d'entreprises, de cabinets d'études et de conseil, d'instituts de sondages ou encore de collectivités territoriales. Il peut choisir de se spécialiser dans un secteur d'activité en particulier, ce qui l'amènera à développer des compétences spécifiques en termes d'outils et de méthodes, mais aussi de justifier d'une parfaite connaissance des problématiques liées au secteur.



08. Évolution professionnelle

Fort d'une expérience réussie de quelques années, le chargé de recueil de données, par son expertise en matière informatique et sa connaissance pratique des logiciels dédiés à la production d'études marketing et opinion, pourra évoluer vers des fonctions d'encadrement et de planification des outils d'analyse de données statistiques.
Voici un exemple de fonction vers laquelle le chargé de recueil de données aguerri peut prétendre :

- Chargé de traitement



09. Formation

Les chargés de recueil de données sont généralement recrutés à Bac +2 (DUT ou BTS par exemple) avec une spécialisation en informatique ou statistiques.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Chargé de traitement



01. Résumé du poste

Travaillant en amont de la réalisation des études marketing et opinion, le chargé de traitement a pour mission d'assurer l'indispensable préparation informatique et technique. Codification des questions ultérieurement soumises aux panels de consommateurs, élaboration des traitements statistiques en adéquation avec les impératifs du client : le chargé de traitement permet l'intervention efficace des chargés de recueil de données, dont il coordonne ensuite les résultats.



02. Activités principales

- Définir la codification des questions ouvertes et des classes de produits
- Préparer la programmation des questionnaires transmis par le client interne ou externe
- Procéder à la codification des données saisies
- Réaliser les traitements de données et statistiques élaborées (selon les consignes)
- Assurer la relation avec le client interne pendant la durée de l'étude
- Encadrer le travail des chargés de recueil de données



03. Activités spécifiques

- Faire évoluer les applicatifs de traitement de données



04. Savoir-faire

- Mise en œuvre des méthodes et outils de traitement des données
- Mise en œuvre des outils logiciels d'administration et de traitements d'enquêtes
- Analyse et traitement des données marketing

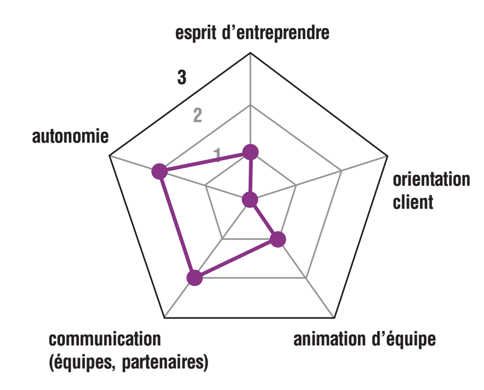


05. Connaissances

- Marketing
- Techniques statistiques
- Techniques d'enquêtes



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Méthodique, le chargé de traitement tire sa réussite de la rigueur qu'il applique à la réalisation des tâches techniques qui lui incombent. Pierre angulaire de la production d'études, d'enquêtes et de sondages, sa capacité à travailler en équipe, conjuguée à sa faculté d'analyse et à son expertise des divers outils, lui permet de traiter avec efficacité les données recueillies sur le terrain.



07. Cadre

L'activité de chargé de traitement s'exerce au sein d'entreprises, de cabinets d'études et de conseil, d'instituts de sondages ou encore de collectivités territoriales. Quel que soit le type de société qui l'emploie, il est rattaché aux services techniques.



08. Évolution professionnelle

Pleinement intégré dans le processus de réalisation des études, le chargé de traitement peut, après quelques années d'exercice, prétendre à une évolution vers les fonctions de coordinateur puis de responsable. Il prendra alors en charge, grâce à son expérience, l'animation d'équipe, la responsabilité d'enquêtes plus complexes, et deviendra force de propositions dans l'élaboration générale des enquêtes. Autre alternative : mettre en valeur son expertise en se spécialisant sur des outils et compétences spécifiques.
Exemple de fonction vers laquelle le chargé de traitement peut espérer évoluer après plusieurs années d'expérience professionnelle :

- Coordinateur de production



09. Formation

Le niveau de formation exigé oscille généralement entre Bac +2 et Bac +5. Pour un Bac +2 de type DUT ou BTS, une spécialisation en informatique ou en statistiques est obligatoire.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Chef de groupe en études marketing et opinion



01. Résumé du poste

Le chef de groupe en études marketing et opinion dirige la production des études qui lui sont confiées et chapeaute les équipes chargées de leur réalisation. Il intervient tout au long du processus de réalisation d'une étude, contrôlant chaque étape de sa production. Une fois l'étude achevée, il présente une analyse des résultats au client et formule des recommandations et des conseils en marketing. Enfin, il est chargé de répondre aux attentes du client et d'identifier les opportunités commerciales qui peuvent en résulter pour le compte de l'entreprise.



02. Activités principales

- Superviser la production d'études jusqu'à la synthèse des résultats
- Élaborer les recommandations aux clients à la suite des résultats d'études
- Restituer (par écrit et oralement) les résultats d'études et recommandations aux clients
- Élaborer les propositions commerciales
- Recueillir de l'information sur les besoins des clients en matière d'études
- Accompagner le client tout au long de l'étude
- Être responsable de la conformité de la réalisation aux moyens alloués et aux délais
- Assurer l'encadrement de proximité des chargés d'études



03. Activités spécifiques

- Partager en interne ses connaissances des problématiques clients
- Capitaliser sur les méthodes et outils d'études



04. Savoir-faire

- Adaptation aux besoins changeants du client
- Capitalisation des connaissances du secteur d'activité des clients et des produits ou services
- Présentation orale et animation de réunion
- Animation d'équipe et encadrement de proximité
- Exploitation des résultats d'études pour l'élaboration de recommandations
- Techniques d'études et de traitement des données
- Rédactionnel

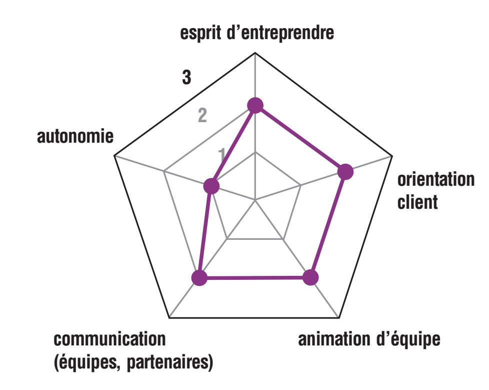


05. Connaissances

- Culture marketing générale
- Marketing des secteurs de la clientèle
- Anglais technique (études et marketing)



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le chef de groupe en études marketing et opinion est en mesure de capitaliser les connaissances relatives aux produits et au secteur d'activité du client recueillies au cours de la réalisation de l'étude. Il est à même d'exploiter les résultats de l'étude afin de formuler des recommandations finales au client. Doté d'un bon relationnel, il sert de lien entre son équipe et le client.



07. Cadre

Exerçant généralement son activité au sein d'un cabinet spécialisé, le chef de groupe travaille régulièrement avec les clients et les prestataires de services. En interne, il encadre les chargés d'études dont il a la responsabilité devant la direction. Enfin, il peut être amené à travailler sur le terrain ou chez le client.



08. Évolution professionnelle

Au fur et à mesure de sa carrière, le chef de groupe se voit confier des études plus complexes et des missions plus délicates. Il peut évoluer par la suite vers un poste de directeur d'études.



09. Formation

Pour devenir chef de groupe, il faut avoir un minimum de 5 années d'expérience professionnelle en tant que chargé d'études senior. Quant à la formation, un Bac +5 en sciences humaines ou un diplôme d'école de commerce est généralement exigé de la part des employeurs.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #10

Coordinateur de production



01. Résumé du poste

Collecte puis traitement des données : le coordinateur de production agence les différentes étapes qui constituent la réalisation d'enquêtes et de sondages. Référent opérationnel, il mobilise les compétences et déploie sur le terrain les équipes de production, ou, le cas échéant, s'attache à ancrer dans le concret les impératifs du client et le recours à des prestataires externes. Il s'agit donc d'un poste crucial, garant de la mise en œuvre et du bon accomplissement des études marketing et opinion.



02. Activités principales

- Mettre en œuvre la production, collecte et traitement des données
- Transmettre les consignes et vérifier leur application
- Coordonner et valider la réalisation des productions
- Assurer la liaison avec les utilisateurs des données produites (consultants gestionnaires des projets ou clients)



03. Activités spécifiques

- Établir les éléments techniques et tarifaires pour les devis



04. Savoir-faire

- Mise en œuvre des méthodes et outils de la spécialité de production
- Gestion de projet

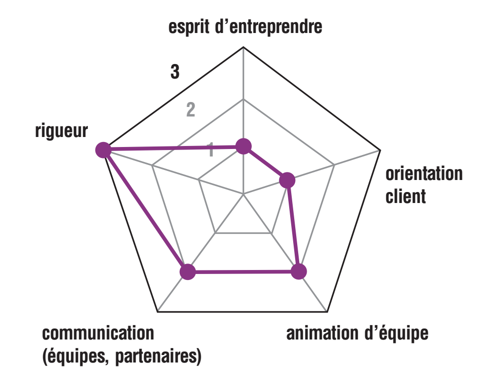


05. Connaissances

- Techniques statistiques et informatiques (traitement de données)



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Qualités essentielles, la maîtrise technique des outils propres à la réalisation d'enquêtes et de sondages, doublée d'un grand sens pédagogique, confère au coordinateur de production la capacité de répondre avec succès aux missions d'organisation et de suivi qui lui sont confiées. La rigueur dont il sait faire preuve au quotidien est la clef de sa réussite.



07. Cadre

Le coordinateur de production exerce généralement ses fonctions au sein d'un cabinet d'études marketing et opinion, ou en collaboration avec le service marketing dans une grande entreprise.



08. Évolution professionnelle

Connaissance approfondie des techniques de collecte et traitement de données ainsi qu'un profil de gestionnaire : des atouts-clés qui caractérisent le coordinateur de production expérimenté, et qui pourront lui ouvrir les portes de fonctions à responsabilités. Variable selon ses conditions d'exercice, son expertise au cœur d'un domaine précis, ajoutée à sa compréhension des attentes et besoins de la clientèle, lui permettra aussi soit de se spécialiser sur un secteur d'activité donné, soit de se positionner comme référent de l'une des méthodes spécifiques relatives à la production d'enquêtes et de sondages.

Après quelques années d'exercice, le coordinateur de production peut par exemple prétendre au poste suivant :

- Responsable produits et outils



09. Formation

Le niveau de formation exigé est généralement compris entre Bac et Bac +2 (BTS ou DUT) avec une spécialisation dans un domaine scientifique, économique et social, ou commercial. Une expérience terrain de deux à trois ans est exigée.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #11

Coordinateur terrain



01. Résumé du poste

Comme son nom l'indique, le coordinateur terrain encadre au quotidien le réseau d'enquêteurs déployé auprès des publics sondés, et participe ainsi à produire la matière première de l'étude marketing et opinion. À lui de faire respecter quotas, délais, cadence, et rendement. À lui aussi de contrôler la qualité et la pertinence des informations récoltées par ses équipes. Par son intervention et sa gestion, il pose les bases de l'enquête ou du sondage en cours de réalisation.



02. Activités principales

- Planifier et encadrer le travail des enquêteurs
- Répartir l'activité en fonction de l'avancée de l'enquête
- Suivre le déroulement des études sur le terrain ainsi que de la production des enquêteurs
- Suivre les indicateurs qui lui ont été fixés
- Alerter et contrôler le bon déroulement des activités



03. Activités spécifiques

- Recruter les enquêteurs



04. Savoir-faire

- Gestion et animation d'équipe
- Administration d'enquête
- Répartition des objectifs aux enquêteurs
- Mise en œuvre des consignes pour le déroulement des activités

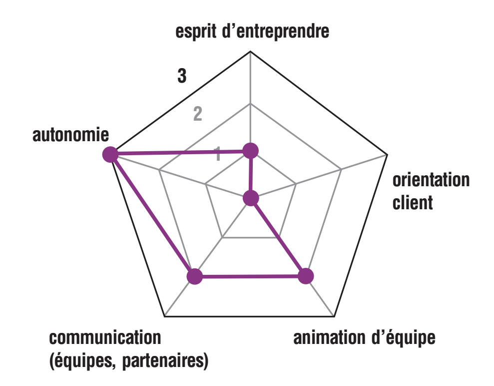


05. Connaissances

- Techniques statistiques et techniques d'enquêtes



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Réactif, le coordinateur terrain met à profit son sens relationnel et sa grande capacité d'organisation pour relayer et faire respecter les consignes nécessaires au bon déroulement de l'étude. Homme de terrain, il sait faire preuve d'autonomie et de pragmatisme quant à la gestion au jour le jour du travail fourni par ses enquêteurs, et possède les connaissances techniques nécessaires pour assumer le rôle de référent auprès de ses équipes et des services techniques qui le supervisent.



07. Cadre

Le coordinateur terrain travaille généralement pour le compte d'un organisme d'enquêtes et de sondages, ou au sein de grandes entreprises ou de collectivités territoriales.



08. Évolution professionnelle

Souvent enquêteur à l'origine, les aptitudes managériales et les connaissances techniques que développe le coordinateur terrain peuvent l'amener à endosser, après quelques années d'expérience, les fonctions de coordinateur de production. D'une manière plus générale, ses facultés de gestion et de suivi sur le terrain des ressources humaines peuvent lui permettre une évolution soit vers des postes administratifs soit vers les métiers de l'encadrement commercial.



09. Formation

Outre une indispensable expérience d'enquêteur, le métier de coordinateur terrain requiert une formation généraliste égale à Bac +2 (BTS ou DUT par exemple). Les diplômes qui y conduisent sont variés, et non spécifiques à la fonction.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Directeur de département études



01. Résumé du poste

Le directeur de département études dirige une unité d'affaires. Il définit également la politique de développement des activités de l'entreprise, à laquelle il participe. Il supervise la gestion financière, administrative et humaine de son unité et définit la stratégie commerciale menée par son équipe. Il veille enfin à la qualité des services et à la communication externe de son unité.



02. Activités principales

- Diriger le centre de profits
- Encadrer et gérer le personnel rattaché
- Fixer les objectifs des directeurs d'études
- Animer, gérer et coordonner l'activité commerciale de ses équipes pour atteindre les objectifs fixés
- Assurer la rentabilité des études
- Participer à la définition ou définir la stratégie de développement des activités du département
- Prendre en charge des projets transversaux du cabinet



03. Activités spécifiques

- S'impliquer et mobiliser des ressources sur les gros projets du cabinet
- Assurer le développement des compétences des équipes et l'appropriation collective de l'application des nouvelles technologies/techniques dans le domaine des études
- Développer une communication promotionnelle du département
- Intervenir auprès des médias dans la communication des études publiques en lien avec le client



04. Savoir-faire

- Création et optimisation d'une offre de services
- Gestion d'entreprise : stratégie de développement, gestion des ressources financières, techniques, humaines, commerciales
- Pilotage de projet (études, développement commercial, capitalisation méthodologique, technique…)
- Prise de décision et mise en œuvre de la décision

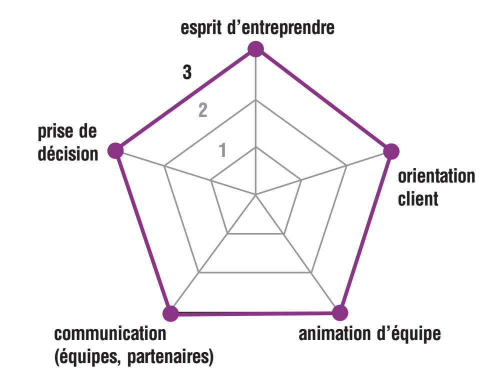


05. Connaissances

- Connaissances approfondies de l'activité des marchés et des clients
- Anglais pour pouvoir gérer les budgets internationaux



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Gestionnaire et animateur de son unité, le directeur de département études coordonne les ressources humaines et les fédère autour d'un projet commun. Pédagogue, il sait transmettre son savoir et optimiser les expertises mises à sa disposition. Enfin, il encourage les initiatives de ses équipes et favorise leur prise d'autonomie.



07. Cadre

Le directeur de département études travaille au sein d'un cabinet. En externe, il est en relation directe avec le client. En interne, il collabore avec les directeurs d'études, les chefs de groupe et les chargés d'études.



08. Évolution professionnelle

Le poste de directeur de département études est déjà une fonction élevée dans la hiérarchie d'une entreprise.



09. Formation

Le directeur de département études bénéficie d'une expérience professionnelle au poste de directeur d'études variant de 3 à 5 ans. Il est également titulaire de 10 ans d'expérience à différents postes de manager ou à toute autre fonction impliquant des responsabilités opérationnelles, ou d'un minimum de 5 années d'expérience professionnelle chez l'annonceur.
Il est diplômé d'une école de commerce, d'une formation généraliste de type sciences po, d'une école d'ingénieurs orientée statistiques ou encore titulaire d'un Bac +5 avec une spécialisation en sciences humaines.

fiche métier #13

Directeur d'études marketing et opinion



01. Résumé du poste

Le directeur d'études marketing et opinion définit et pilote les projets d'études permettant aux clients de définir leur stratégie marketing. Il formule des recommandations suite aux problématiques soulevées par l'étude et apporte son expertise aux clients. Il supervise l'ensemble des équipes de chargés d'études et les chefs de groupes. Enfin, il veille au respect des budgets et des délais lors de la réalisation de l'étude.



02. Activités principales

- Proposer des solutions et concevoir des projets d'études aux prospects et clients
- Prendre en charge (commercial et production) directement les missions plus complexes et stratégiques
- Assumer la responsabilité du bon déroulement des études
- Encadrer les chargés d'études et chefs de groupe
- Valider le travail et le rendu des équipes d'études aux clients
- Optimiser une étude et sa valeur ajoutée pour le client
- Participer à l'élaboration des stratégies marketing du client et au développement de ses objectifs
- Gérer le partenariat avec les clients et la fidélisation (grands comptes)



03. Activités spécifiques

- Participer à la production des études les plus stratégiques
- Prospecter des clientèles nouvelles en ciblant des clients ou des produits correspondant aux priorités commerciales qui lui ont été fixées



04. Savoir-faire

- Adaptation aux besoins changeants du client
- Pratiques commerciales
- Exploitation de connaissances approfondies du secteur d'activité, produits et services des clients
- Développement d'un réseau relationnel en interne et externe
- Toutes les solutions d'études du cabinet y compris celles hors de son champ direct de responsabilité
- Management d'études et d'équipes

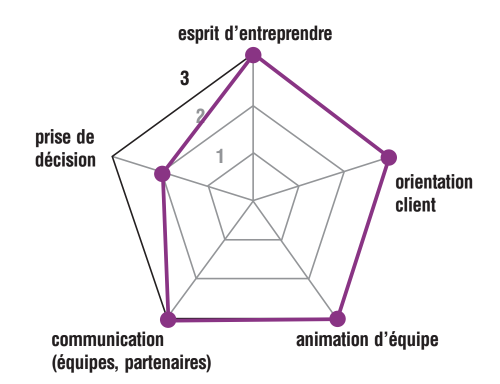


05. Connaissances

- Culture marketing générale
- Très bonne connaissance de plusieurs marchés
- Anglais technique (études et marketing)



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le directeur d'études marketing et opinion dispose d'un bon sens de l'analyse et d'un esprit de synthèse qui lui permettent d'identifier les axes de développement stratégique pour l'entreprise. Capable d'anticiper les évolutions, il met à profit ses connaissances pour parfaire sa perception du marché et se projeter à long terme.



07. Cadre

Le directeur d'études marketing et opinion exerce son métier dans un cabinet de conseil spécialisé.
Il travaille en collaboration avec les clients, les prestataires de service et les fournisseurs de données.
En interne, il supervise le travail des chargés d'études et des chefs de groupe. De plus, il travaille sous la responsabilité du directeur du département études.



08. Évolution professionnelle

Grâce à ses compétences variées, le directeur d'études marketing et opinion peut évoluer de plusieurs manières possibles. Des postes à responsabilités lui sont ouverts. Quelques exemples de fonctions accessibles après plusieurs années d'expérience en tant que directeur d'études :

- Directeur de département études et marketing
- Cadre dirigeant du marketing chez l'annonceur



09. Formation

Le directeur d'études est un profil très expérimenté.
Il dispose d'une expérience professionnelle de 2 à 3 ans au poste de chef de groupe et d'un minimum de 5 à 10 ans à la fonction de chargé d'études. Il peut être diplômé d'une grande école de commerce, avoir complété une formation universitaire de niveau Bac +5 en statistiques, économie, gestion, marketing, économétrie, ou être diplômé d'une école d'ingénieurs orientée statistiques ou d'une formation généraliste.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #14

Directeur production études marketing et opinion



01. Résumé du poste

Le directeur de production études marketing et opinion détermine la stratégie des études à mener. Pour cela, il définit et met en place les moyens nécessaires à leur réalisation. En parallèle, il travaille au développement et à l'optimisation des outils devant répondre aux besoins présents ou à venir de l'entreprise. Enfin, il est le garant de la qualité des services fournis et de leur rentabilité.



02. Activités principales

- Élaborer la stratégie
- Manager les équipes de production : définir l'organisation, gérer les ressources humaines et fixer les objectifs
- Optimiser les moyens et les outils nécessaires à la production des études
- Planifier et assurer le suivi du travail de ses équipes, relayé le cas échéant par des directeurs opérationnels
- Développer l'offre de prestations et les techniques de production



03. Activités spécifiques

- Être référent technique pour les offres commerciales faites par les consultants
- Définir et mettre en œuvre une politique de développement commercial de la production brute d'enquêtes et sondages



04. Savoir-faire

- Stratégie et prospective du champ d'activité
- Organisation des moyens et procédés de production
- Management d'équipe
- Management de projets importants et complexes
- Développement d'un réseau relationnel interne et externe
- Traduction des besoins des clients en propositions techniques et commerciales

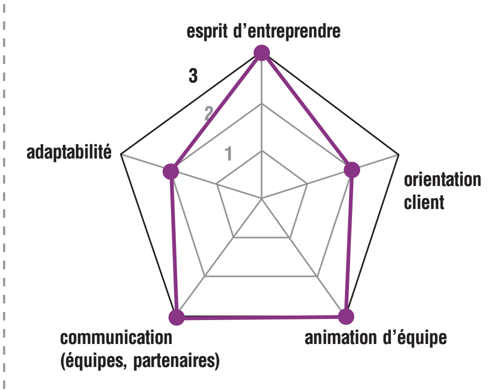


05. Connaissances

- Législation sociale
- Techniques statistiques



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le directeur de production est apte à déchiffrer et à analyser la demande du client, afin de proposer les solutions les plus adaptées à ses besoins. Il est en contact régulier avec lui et doit ainsi faire preuve d'un grand sens de l'écoute dans le but de développer ou de renforcer la relation client.



07. Cadre

Lorsqu'il travaille dans les cabinets spécialisés en production brute d'enquêtes et de sondages, ses responsabilités englobent le secteur commercial. Il peut également intervenir dans des structures plus spécialisées à condition d'avoir développé une expertise dédiée.
Il est en contact avec les clients et les prestataires de services externes et collabore en interne avec le directeur opérationnel de production, les responsables produits, les chefs de groupe, les directeurs d'études et le directeur de département études.



08. Évolution professionnelle

Le poste de directeur de production études marketing et opinion est élevé dans la hiérarchie de l'entreprise.



09. Formation

Doté d'une expérience professionnelle d'au moins 10 ans dans le secteur des études, le directeur de production est diplômé de l'enseignement supérieur. Il est titulaire d'un Bac +5 dans les matières scientifiques, les sciences économiques et sociales ou le domaine commercial.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #15

Directeur opérationnel de production études marketing et opinion



01. Résumé du poste

Traitement des données, sondages sur le terrain, phoning ou encore recours aux technologies et à Internet : le directeur opérationnel de production études marketing et opinion a pour responsabilité de mettre en œuvre l'ensemble des moyens techniques et humains nécessaires à la production d'enquêtes ou de sondages. Organisationnelles, ses fonctions s'attachent aussi à intégrer la contrainte de rentabilité au sein de la collecte et de la publication des données.



02. Activités principales

- Planifier la production
- Coordonner la mise en œuvre des différentes études sur le terrain
- Encadrer l'équipe correspondant à son activité
- Affecter les ressources
- Être un référent technique en clientèle auprès des équipes commerciales
- Mettre en œuvre l'offre d'études du cabinet



03. Activités spécifiques

- Sans objet



04. Savoir-faire

- Pilotage de projet
- Gestion et adaptation des moyens en fonction des contraintes
- Animation d'équipe
- Gestion des moyens humains
- Planification et organisation

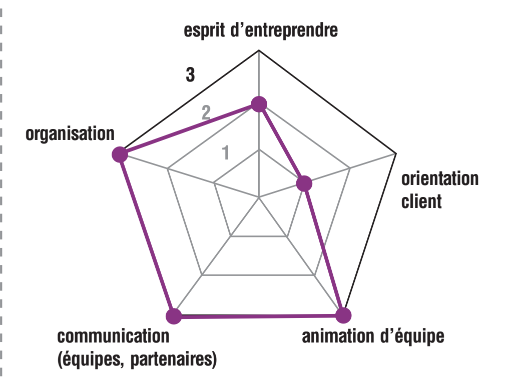


05. Connaissances

- Techniques statistiques



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Qualités premières : l'esprit de synthèse et les facultés d'analyse, qui permettent au directeur opérationnel de production études marketing et opinion la mise en œuvre efficiente de l'offre d'études proposée par son cabinet. Interface entre les impératifs budgétaires, les actions terrain et les moyens humains mobilisés, ses capacités de gestion et d'organisation lui confèrent le recul indispensable qu'implique la prise en charge de réalisations d'études dans leur globalité. Véritable manager, il encadre une équipe qu'il fédère grâce à son autorité technique et à ses aptitudes relationnelles.



07. Cadre

Le directeur opérationnel de production études marketing et opinion exerce le plus souvent en cabinet, où il est en interne l'interface entre la direction et les équipes terrain, et en externe le lien privilégié avec les prestataires et clients.



08. Évolution professionnelle

Souvent issu des fonctions de responsable produits et outils, le directeur opérationnel de production études marketing et opinion peut en toute logique, grâce à sa compréhension aiguisée de l'application des diverses techniques statistiques et à ses qualités de manager aguerri, évoluer vers les responsabilités de directeur général de production.



09. Formation

Généralement supérieur ou égal à Bac +2 ou Bac +3, le niveau d'études recherché, et les qualifications spécifiques, varient en fonction du poste occupé.
Une spécialisation scientifique, économique et sociale, ou commerciale est exigée.

fiche métier #16





01. Résumé du poste

Investigation et communication font le quotidien de l'enquêteur, qui, sur le terrain, réalise selon les normes et consignes reçues le recueil des données quantitatives. Face à face, téléphone, distribution de questionnaires papier, collecte d'informations en points de vente : ses conditions d'exercice varient selon les besoins de l'étude, mais restent conditionnées par la même exigence de neutralité, et le même souci de productivité.



02. Activités principales

- Prendre contact avec les personnes cibles
- Guider la personne tout au long de l'enquête
- Effectuer la saisie de données dans les formulaires et questionnaires
- Valider la bonne compréhension avec la personne des questions et des réponses en respectant les règles de neutralité
- Respecter le temps imparti pour chaque questionnaire/formulaire



03. Activités spécifiques

- Maîtriser les règles et outils spécifiques du recueil de données pour panel



04. Savoir-faire

- Administration d'enquêtes
- Adaptation à la diversité des milieux d'enquête
- Outils de saisie

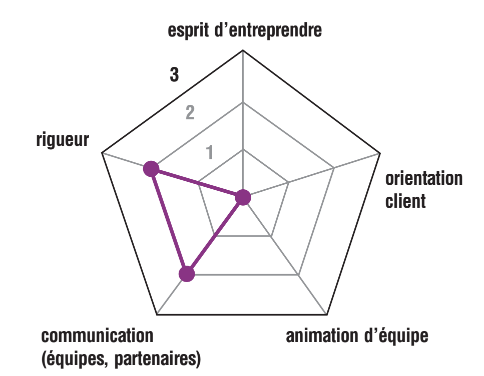


05. Connaissances

- Techniques d'enquêtes



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

En contact direct avec les personnes sondées, l'enquêteur tire parti de son sens du relationnel et de son dynamisme pour soumettre et remplir avec efficacité les questionnaires qui lui sont confiés. Rigoureux et persévérant, il sait s'adapter aux spécificités des méthodes et lieux qu'il investit, comme aux différents publics ciblés.



07. Cadre

Qu'il soit titulaire ou vacataire ponctuel, l'enquêteur exerce généralement ses fonctions pour le compte d'un cabinet d'études marketing et opinion.



08. Évolution professionnelle

Fort de sa connaissance des réalités du terrain et des modalités que revêt dans la pratique la collecte de données, l'enquêteur ayant acquis une solide expérience peut tout naturellement évoluer vers la fonction de coordinateur ou de chargé de traitement, et animer ainsi une équipe d'intervention. Son expertise du recueil de données statistiques peut aussi lui permettre de réaliser des enquêtes et sondages plus complexes, mobilisant des supports et outils multiples.
À titre d'exemple, voici quelques fonctions accessibles à l'enquêteur après plusieurs années d'exercice :

- Coordinateur de terrain
- Chargé du recueil et du traitement des données



09. Formation

Aucun pré-requis spécifique n'est exigé à l'embauche, et les enquêteurs justifient généralement d'un niveau de qualification équivalent au baccalauréat généraliste (scientifique, économique et social, ou littéraire). La fonction est accessible aux débutants.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #17

Responsable produits et outils



01. Résumé du poste

Axées sur l'aspect opérationnel, les fonctions de responsable produits et outils consistent en la mise en œuvre des divers moyens que nécessite la production d'enquêtes ou de sondages. Interface avec les équipes sur le terrain, le responsable produits et outils organise et supervise le recours aux panels consommateurs, modèles et différentes techniques d'enquêtes, avec pour objectif constant la qualité des études réalisées et l'optimisation des coûts qu'elles supposent.



02. Activités principales

- Planifier le travail des équipes
- Encadrer ses équipes
- Définir et organiser les études pour répondre à la commande
- Suivre le déroulement des études
- Améliorer la productivité
- Valider la qualité de la production réalisée
- Faire l'interface entre les équipes
- Se coordonner avec les autres intervenants pour résoudre les problèmes



03. Activités spécifiques

- Sans objet



04. Savoir-faire

- Mise en œuvre et adaptation des méthodes et outils dans la spécialité de production
- Conduite de projet
- Animation d'équipe

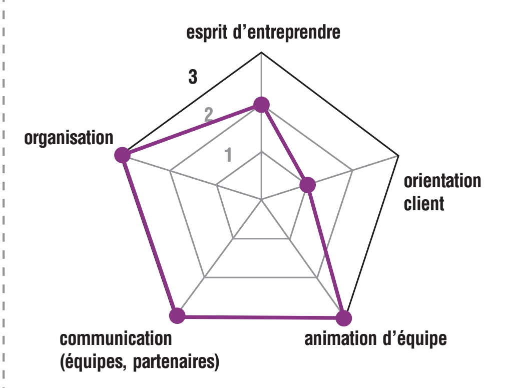


05. Connaissances

- Techniques statistiques
- Outils informatiques de production



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Les connaissances techniques du responsable produits et outils, alliées à ses facultés de communication, lui permettent à la fois d'asseoir son expertise et d'encadrer au mieux les équipes terrain, en disposant des atouts indispensables à la planification de tableaux de bord pertinents. Fin analyste et véritable gestionnaire, il contrôle la qualité des études, tout en opposant aux éventuelles difficultés sa capacité à anticiper et réagir.



07. Cadre

Au sein d'un organisme d'études et de sondages, d'une entreprise industrielle ou encore d'une collectivité territoriale, le responsable produits et outils exerce ses fonctions depuis la plateforme technique, d'où il gère les besoins et missions des équipes terrain, en accord avec les instances directionnelles.



08. Évolution professionnelle

Premier garant de la qualité des études réalisées, le responsable produits et outils pourra faire valoir sa connaissance précise des réalités du terrain, ses facultés d'organisation et de gestion de planning, ainsi que ses compétences de manager pour évoluer vers le service de direction opérationnelle.
Voici quelques exemples de fonctions vers lesquelles l'exercice du métier de responsable produits et outils autorise l'évolution :

- Chargé d'études senior
- Directeur opérationnel de production

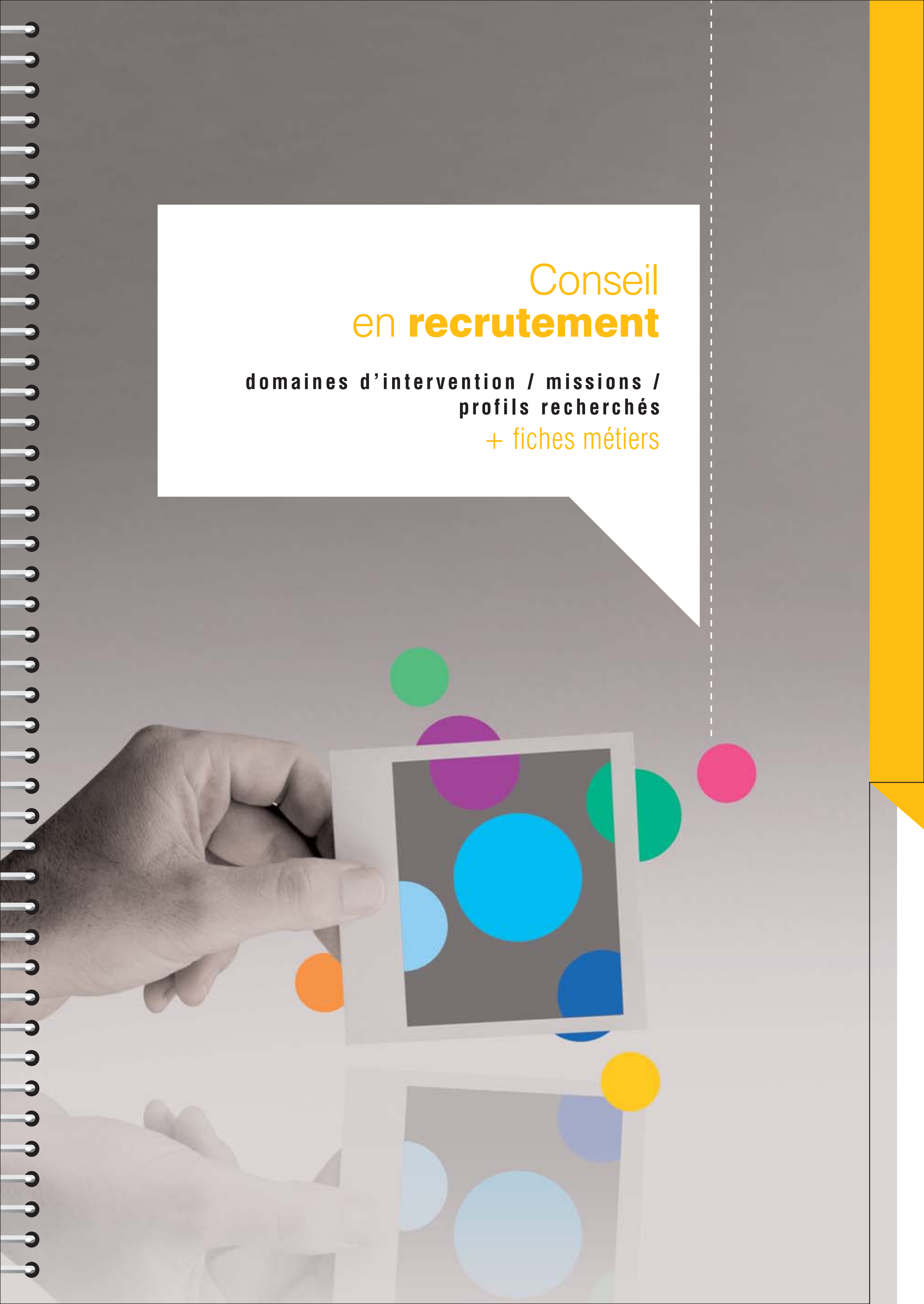


09. Formation

Le niveau de qualification généralement exigé oscille entre Bac +2 et Bac +3. Les formations techniques et spécialisées sont privilégiées, notamment dans les domaines scientifique, économique et social, et commercial.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.




Conseil
en recrutement
domaines d'intervention / missions /
profils recherchés
+ fiches métiers

Conseil en **recrutement**

Lors du recrutement des postes stratégiques, nous faisons très souvent appel à nos cabinets de conseil en recrutement.

En effet, ce regard extérieur est une vraie valeur ajoutée dans notre processus de recrutement tant par l'expertise humaine et fonctionnelle qu'il apporte que par sa connaissance précise du marché. Nous réfléchissons ensemble à la définition des postes à pourvoir et des profils que nous recherchons.

La relation suivie et individualisée proposée par nos cabinets nous a très souvent permis de gagner du temps et de trouver nos futurs collaborateurs, répondant aux valeurs de notre entreprise ; à savoir le leadership, l'audace, la diversité et la passion. La bonne analyse de nos besoins au-delà des compétences techniques souhaitées, leurs outils d'évaluation… en font des partenaires essentiels au développement de notre entreprise.

Grâce à leurs connaissances du marché, des attentes des candidats, ils peuvent identifier les profils adéquats en bousculant nos propres schémas et évitant ainsi le “clonage”.

Ils se font les ambassadeurs de notre entreprise auprès de nos futurs collaborateurs et les accompagnent dans leur intégration.

Leur mission est double : trouver le bon candidat pour l'entreprise et trouver la bonne entreprise pour le candidat.

Jean-Yves Remond - DRH Galeries Lafayette

Plus d'infos sur : www.avenir-etudes-conseil.com

domaines d'interventions / missions

Le conseil en recrutement

Quelle est la vocation d'un cabinet de recrutement ?
Les cabinets de conseil en recrutement sont des acteurs majeurs du marché de l'emploi et du développement des ressources humaines de l'entreprise. Ils sont les partenaires des entreprises et des candidats. Mandatés par l'entreprise pour rechercher les compétences dont elle a besoin, ils l'accompagnent tout au long du processus de recrutement qui s'effectue, le plus souvent, en 4 étapes.

- **Analyse du besoin**

Le cabinet de conseil accompagne l'entreprise dans sa réflexion. Après une analyse du contexte, il conseille l'entreprise dans sa stratégie de recrutement, l'aide à analyser ses besoins en termes de compétences et à définir les postes à pourvoir et les profils des candidats recherchés.

- **Recherche de candidats**

Le cabinet procède à la recherche de candidats. La méthode est choisie, en accord avec l'entreprise, en fonction du profil souhaité : annonces, approche directe, job boards, réseaux sociaux professionnels …

- **Évaluation des candidats**

Après une première sélection sur CV et/ou par téléphone, le consultant évalue l'adéquation du profil du candidat avec les caractéristiques du poste à pourvoir, au cours d'entretiens approfondis. Le consultant peut éventuellement utiliser des outils d'évaluation.
Cette phase d'évaluation est destinée à vérifier l'aptitude du candidat à occuper le poste et à s'intégrer dans l'entreprise ainsi que ses motivations et ses attentes.
Le cabinet de conseil présente alors à l'entreprise les candidats adéquats et l'aide à effectuer le choix final.

- **Intégration**

Au moment de l'intégration, le consultant conseille à la fois l'entreprise et le candidat pendant cette phase. Dès le premier contact avec le candidat, le consultant lui présente l'entreprise, le contexte, le poste à pourvoir et l'informe sur les points importants qui pourront l'aider dans sa compréhension de l'entreprise, du poste et à prendre sa décision. Tout au long du processus de recrutement, le consultant aide et conseille le candidat. Il l'accompagne dans la période d'intégration et, bien souvent, au-delà.

FOCUS DIVERSITÉ

Notre profession agit en s'appuyant sur les valeurs fondatrices du conseil en recrutement : éthique, qualité, diversité. Nous mettons en œuvre des actions en faveur de la diversité et contre les discriminations :

- Membre du Comité éthique de la HALDE
- Charte de déontologie
- Charte sur l'utilisation des réseaux sociaux
- Charte de la diversité
- Création d'une commission déontologie du métier
- Réflexions sur les engagements sociétaux (CV citoyen)

Quels sont les intérêts du métier ?
C'est un métier relationnel et "engageant" tant vis-à-vis de l'entreprise que du candidat :

- Intervenir sur différentes problématiques avec des interlocuteurs variés
- Répondre aux enjeux stratégiques des entreprises
- Appréhender une grande diversité de secteurs d'activité et de métiers
- Anticiper les évolutions des métiers de demain
- Utiliser au quotidien les nouvelles technologies (réseaux sociaux, sites communautaires, web 2.0…)

Les consultants développent leur autonomie et leurs responsabilités au sein du cabinet, tant dans la relation client que dans l'évaluation des candidats. Ce métier permet d'exprimer ses talents pour convaincre, séduire et inciter au changement.

“*Mes échanges avec le consultant m'ont permis, non seulement, de clarifier mon projet professionnel mais aussi de faire les bons choix.*”
Stéphane R. - Candidat

profils recherchés

Chargé de recherche en recrutement

C'est un chasseur sur le terrain, au fait de toutes les pistes dans le cadre d'une méthode de recherche à laquelle il contribue : d'un côté, les profils de poste recherchés, de l'autre les candidats qu'il sait découvrir et motiver. Une fonction-clé dans le cas d'une approche directe. À l'aise au téléphone, audacieux, capable de surmonter tous les obstacles de l'entreprise, c'est aussi un bon rédacteur polyvalent : argumentaires, annonces adaptées à chaque support, scénarios d'identification des candidats, préparation de l'entretien que le candidat aura avec le consultant en recrutement. C'est une fonction-clé dans le cas d'une approche directe.

Consultant en recrutement

Analyse du besoin, mise en œuvre des moyens de recherches, recevoir en entretien, sélectionner les meilleurs candidats : c'est un véritable accompagnateur du client et du candidat auxquels il propose ses choix. Il représente son client auprès des candidats. Son réseau relationnel est étendu et il participe à la prospection commerciale. Sa capacité d'analyse et d'écoute lui permet de décoder rapidement l'environnement professionnel d'une entreprise et de qualifier des stratégies adaptées aux projets des clients. Il connaît et pratique les différentes méthodes de sourcing.



LES PROFILS RECHERCHÉS

- **De Bac +4 à Bac +5**
- **De formation spécialisée ou généraliste**
- **La maîtrise d'une (ou plusieurs) langue étrangère est un atout supplémentaire**

“ *Être chargé de recherche, c'est exercer un métier de conseil et de service. Le contact est omniprésent avec l'entreprise, les consultants et les candidats. C'est un métier passionnant qui donne un vrai sens des responsabilités. À moi d'identifier avec pertinence les candidats, de leur donner envie, cela nécessite de l'attention, de l'écoute et d'être force de persuasion. Ce métier me permet de développer mes capacités d'adaptation et ma flexibilité. J'ai aujourd'hui une très bonne vision du marché de l'emploi et une connaissance des secteurs d'activité et de métiers qui me permettront d'évoluer vers des métiers passionnants.* ”

Christophe P. - Chargé de recherche

“ *La richesse du métier, c'est l'association entre le conseil, l'accompagnement, l'élaboration de stratégies de recherche, les entretiens avec les candidats, sans oublier la relation commerciale. Il n'y a pas de place pour l'ennui. La curiosité, l'écoute, la capacité à réagir sont sollicitées en permanence. Le métier évolue constamment en fonction de l'environnement socio-économique, de la diversité des situations et des rencontres. On s'enrichit chaque jour aux contacts de nos clients et des candidats. C'est un métier de plaisir et d'accomplissement, voilà notre quotidien !* ”

Sophia L. - Consultante

Consultant en recrutement



01. Résumé du poste

Qu'il soit généraliste ou spécialisé dans un domaine d'activité, le consultant en recrutement est chargé de trouver des candidats pour ses clients. Placé sous la responsabilité d'un consultant senior ou d'un manager, il assure toutes les différentes étapes du processus de recrutement en lien avec le client. Il peut également prospecter pour le compte du cabinet selon des objectifs chiffrés.



02. Activités principales

- Élaborer le descriptif de la fonction et du profil du candidat recherché en collaboration avec son client
- Mettre en œuvre les méthodes de sourcing adaptées à la mission et/ou diffuser une offre de recrutement
- Recevoir en entretien et sélectionner les meilleurs candidats
- Accompagner le client dans son choix final
- Suivre l'intégration du candidat pendant la période d'essai
- Participer à la prospection commerciale pour étendre son portefeuille de clients



03. Activités spécifiques

- Sans objet



04. Savoir-faire

- Analyse de l'environnement professionnel d'une entreprise
- Définition de la fonction à pourvoir
- Établissement d'un cahier des charges adapté
- Rédaction des prospections, annonces, compte-rendu…
- Évaluation et sélection des candidatures
- Conduite d'un entretien avec un candidat et reporting de l'entretien
- Conseil et accompagnement des candidats dans leur gestion de carrière
- Techniques de prospection et de vente adaptées au conseil
- Gestion d'un réseau relationnel

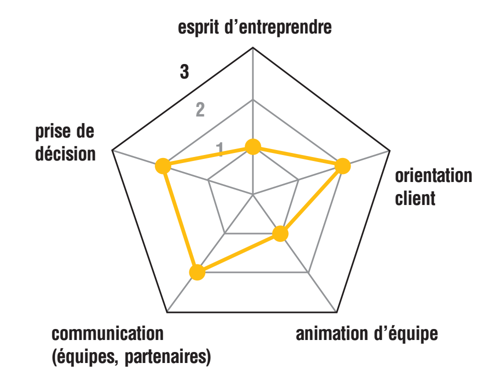


05. Connaissances

- Économie et organisation de l'entreprise : notions de droit du travail, notions de gestion, grandes fonctions de l'entreprise, structure économique des différents types de sociétés
- Techniques de recrutement (test, entretien…)
- Anglais : vocabulaire technique, lecture de documentation, interview avec les candidats



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le consultant en recrutement mène plusieurs missions en parallèle. De ce fait, il doit faire preuve de souplesse puisqu'il est fréquemment appelé à passer d'un dossier à un autre. D'autre part, il dispose d'un réseau de relations à sa disposition qu'il sait entretenir, que ce soit pour trouver un profil ou pour décrocher une nouvelle mission.



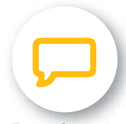
07. Cadre

Le consultant en recrutement réalise sa mission en liaison avec le responsable recrutement, côté client. En interne, il travaille avec le consultant senior en recrutement et le chargé de recherche.



08. Évolution professionnelle

Le consultant en recrutement peut évoluer vers le poste de consultant senior au bout d'une période de 2 à 3 ans au minimum ou de conseiller en recherche d'emploi. Il peut également postuler sur une fonction RH dans une entreprise.



09. Formation

Pour devenir consultant en recrutement, les aspirants doivent être titulaires d'un Bac +5 spécialisé en gestion de l'entreprise, psychologie ou ressources humaines. Ils peuvent également être diplômés d'un IEP ou d'une école de commerce.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #19

Consultant senior en recrutement



01. Résumé du poste

Intermédiaire entre le client et le candidat qu'il recherche, le consultant senior en recrutement prend en charge des missions plus complexes, au service d'une clientèle plus stratégique, que celles confiées au consultant junior. Il encadre également une équipe qui l'épaule dans sa mission, et prospecte de nouveaux clients dans le ou les secteurs correspondant à son marché.



02. Activités principales

- Analyser la problématique des clients et conseiller les solutions les plus adaptées
- Établir un descriptif de la fonction et du profil du candidat recherché en collaboration avec son client
- Sélectionner les candidatures par approche directe et annonce
- Recevoir en entretien et sélectionner les meilleurs candidats
- Réaliser la prospection commerciale
- Établir une relation de confiance avec les clients
- Animer une mission de recrutement avec une équipe de consultants et de chargés de recherche



03. Activités spécifiques

- Assurer du conseil en gestion des ressources humaines
- Réaliser de l'accompagnement personnalisé de candidats



04. Savoir-faire

- Organisation et coordination du travail en équipe
- Mise en œuvre des techniques de prospection et de vente adaptées au Conseil
- Gestion d'un réseau relationnel
- Analyse de l'environnement professionnel d'une entreprise
- Rédaction des propositions, annonces, compte-rendu…
- Conduite d'un entretien avec un candidat et reporting de l'entretien
- Conseil à un candidat dans sa gestion de carrière
- Rôle d'expert du secteur, dans le recrutement, auprès de son client

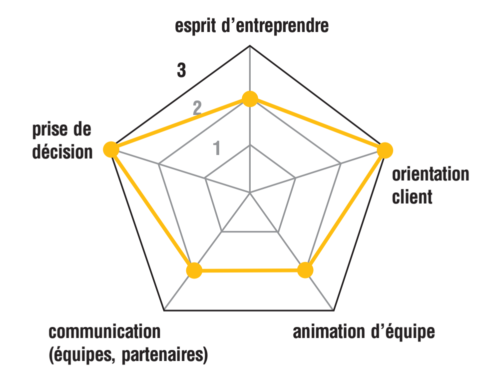


05.
Connaissances

- Économie et organisation des différents types d'entreprises
- Pratiques et acteurs du recrutement : la concurrence et ses pratiques, les différentes méthodes de sourcing (en cabinet, en entreprise), les acteurs du sourcing, les différentes méthodes d'évaluation des candidatures
- Expertise du secteur d'activité ou des fonctions dont il gère les recrutements



06.
Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le consultant senior en recrutement est un expert dans le secteur d'activité pour lequel il recrute. Il a une connaissance complète des pratiques de la concurrence dans le secteur du recrutement et des différentes méthodes de recherche de candidats. De plus, il maîtrise les méthodes d'évaluation des candidatures, ce qui lui permet de remplir au mieux les missions qu'on lui confie.



07.
Cadre

Selon la taille du cabinet ou de l'entreprise, le consultant senior en recrutement peut se spécialiser dans un secteur d'activité ou une fonction. Il travaille en externe avec les clients, les candidats et les prescripteurs. En interne, il collabore avec les consultants et les équipes de recherche de même qu'avec le consultant manager.



08.
Évolution professionnelle

Le consultant senior en recrutement est généralement titulaire d'un Bac +5 spécialisé en gestion de l'entreprise, psychologie ou ressources humaines. Il peut également avoir complété des formations additionnelles et des certifications lui permettant d'utiliser certains outils d'évaluation professionnelle. Une expertise du secteur d'activité ou des fonctions dont il a la charge, ainsi que plusieurs années d'expérience au poste de consultant, sont indispensables pour exercer ces fonctions.
Les opportunités de carrière pour le consultant senior sont variées. Il peut évoluer vers le poste de consultant senior en management ou de chargé de mission de recrutement au sein d'une direction des ressources humaines. Il peut également être appelé à exercer les fonctions de consultant manager en recrutement.



09.
Formation

Le consultant senior en recrutement est généralement titulaire d'un Bac +5 spécialisé en gestion de l'entreprise, psychologie ou ressources humaines. Il peut également avoir complété des formations additionnelles et des certifications lui permettant d'utiliser certains outils d'évaluation professionnelle. Une expertise du secteur d'activité ou des fonctions dont il a la charge, ainsi que plusieurs années d'expérience au poste de consultant, sont indispensables pour exercer ces fonctions.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Chargé de recherche en recrutement



01. Résumé du poste

Le chargé de recherche en recrutement est celui qui a la responsabilité d'identifier et d'établir une liste de candidats pour un poste. Il veille à ce que les profils sélectionnés correspondent bien au cahier des charges. C'est donc lui qui approche les candidats potentiels et organise les entretiens menés par le consultant.



02. Activités principales

- Rechercher les candidats potentiels correspondant à un profil de poste selon des méthodes et scénarios établis
- Présenter les principales missions, les enjeux et le profil du poste au candidat
- Mener des recherches documentaires sur les secteurs d'activité, les emplois, ainsi que les multiples sources de candidats
- Rendre compte de l'état d'avancement de la mission



03. Activités spécifiques

- Sans objet



04. Savoir-faire

- Construction d'un plan de chasse
- Techniques d'identification de la fonction recherchée
- Mise en œuvre des scénarios de chasse (ciblage/identification/prise de contacts des candidats potentiels)
- Élaboration et diffusion d'une annonce et adaptation au support
- Techniques d'entretien téléphonique
- Utilisation (alimentation et requête) de candidathèque
- Recherche documentaire (médias, Internet, revues professionnelles…)

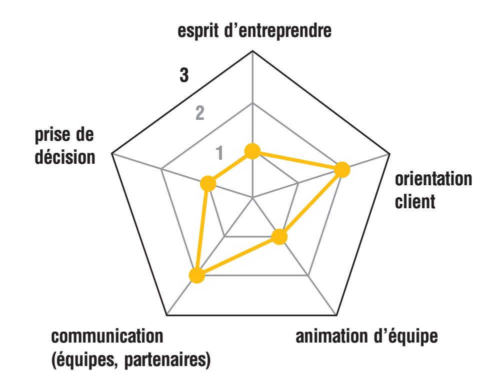


05. Connaissances

- Économie et organisation de l'entreprise : fonction des entreprises, types de structures, activités économiques
- Bases du droit du travail
- Techniques du recrutement dont méthodes et acteurs du sourcing
- Outils bureautiques et bases de données utilisées
- Anglais : vocabulaire technique, lire de la documentation, conversation orale au téléphone



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le chargé de recherche est celui qui, bien souvent, effectue la première approche d'un candidat potentiel. C'est pourquoi il doit à la fois être clair et synthétique, mais aussi maîtriser les techniques de l'entretien téléphonique et posséder un bon sens de la communication. Chargé de la conception d'une annonce et de son éventuelle adaptation en fonction des supports, il doit par ailleurs être à l'aise à l'écrit.



07. Cadre

Selon le domaine d'activité de l'entreprise, le chargé de recherche peut travailler pour un consultant en recrutement ou au sein d'un département de recherche autonome. En interne, il apporte son soutien aux chargés de recherche senior et aux consultants en recrutement. En dehors de l'entreprise, il est appelé à contacter les candidats et les acteurs du sourcing.



08. Évolution professionnelle

Au bout de quelques années, le chargé de recherche en recrutement peut évoluer vers les fonctions de chargé de recherche senior en recrutement.



09. Formation

Le poste de chargé de recherche en recrutement est accessible aux débutants. Ils doivent néanmoins être titulaires au minimum d'un Bac +3 avec une spécialisation en sciences humaines, que ce soit en sociologie, psychologie ou encore en ressources humaines ou gestion de l'entreprise.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Consultant manager en recrutement



01. Résumé du poste

Responsable d'un département, le consultant manager en recrutement gère l'activité et encadre l'équipe placée sous sa responsabilité. Une grande partie de ses responsabilités relève de la prospection commerciale et des offres de service qui sont soumises aux clients. Il supervise également l'ensemble des missions et la réalisation du chiffre d'affaires et de la marge qui lui sont fixés.



02. Activités principales

- Superviser l'ensemble des missions menées par les consultants
- Évaluer les collaborateurs et s'assurer du développement des compétences
- Organiser et mettre en œuvre l'action commerciale
- S'assurer de l'atteinte des objectifs de chiffres d'affaires et de marge
- Développer de nouveaux outils et nouvelles approches du recrutement
- Prendre en charge des projets internes transversaux



03. Activités spécifiques

- Réaliser des missions de recrutement stratégiques ou complexes
- Représenter le cabinet à l'extérieur : dans les instances professionnelles, auprès de la presse…



04. Savoir-faire

- Management d'une équipe
- Pilotage de projet
- Prospection commerciale
- Négociation avec les clients pour des missions stratégiques
- Capitalisation sur les méthodes et outils du recrutement

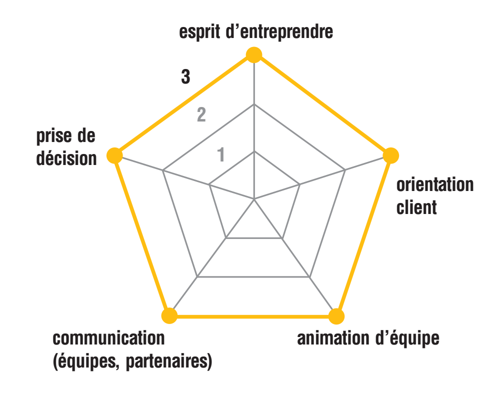


05. Connaissances

- Gestion des ressources humaines
- Outils de suivi et reporting de l'activité
- Gestion d'entreprise
- Connaissance approfondie du marché et des problématiques clients



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le consultant manager en recrutement est un profil complet. La prospection commerciale constitue une part importante de ses activités. De ce fait, il doit être ouvert aux opportunités qui pourraient se présenter, mais aussi faire preuve d'initiative pour les provoquer.



07. Cadre

Les plus petites entreprises ne disposent pas de consultant manager, c'est pourquoi on le trouve plus facilement au sein de cabinets de recrutement ou dans des structures plus importantes. En interne, il travaille étroitement avec les consultants juniors et seniors ainsi qu'avec les chargés de recherche. En clientèle, c'est avec les directeurs des ressources humaines qu'il collabore le plus souvent.



08. Évolution professionnelle

Avec l'expérience, le consultant manager en recrutement est amené à gérer des équipes plus grandes et des projets plus stratégiques, tout en développant un portefeuille de clients plus importants. Il peut également évoluer vers un poste de cadre supérieur du département des ressources humaines d'une entreprise.



09. Formation

Le consultant manager en recrutement doit bénéficier d'une expérience de cinq années aux fonctions de consultant senior en recrutement pour accéder à ce poste. Il est donc titulaire d'un Bac +5 spécialisé en gestion de l'entreprise, psychologie, ressources humaines, ou diplômé d'un IEP ou d'une école de commerce.
Il peut également avoir validé des certifications de maîtrise d'outils d'évaluation professionnelle.

Chargé de recherche senior en recrutement



01. Résumé du poste

Présenter, à l'entreprise ou au cabinet de consultants qui le sollicite, les candidats à l'embauche idéaux : telle est la mission du chargé de recherche senior en recrutement. Facteur de la rencontre des compétences et des besoins, il déploie au quotidien sa connaissance des impératifs du monde de l'entreprise, qu'il fait s'accorder aux réalités du marché de l'emploi. Ses outils : les techniques de sourcing, qu'il charge son équipe de mettre en œuvre, depuis la constitution du plan de chasse jusqu'à l'évaluation des profils identifiés.



02. Activités principales

- Élaborer des plans de chasse et scénarios pour la prospection des candidats en entreprise
- Animer l'équipe de recherche
- Rechercher les candidats potentiels correspondant à un profil de poste recherché
- Se coordonner avec le consultant de recrutement en charge de la mission
- Organiser les bases de données, sources documentaires, candidathèques…
- Suivre l'état d'avancement et évaluer la mission de recherche



03. Activités spécifiques

- Sans objet



04. Savoir-faire

- Construction et gestion d'un plan de chasse
- Mise en place et évaluation des scénarios
- Utilisation des différents médias et canaux d'annonces d'emploi
- Techniques d'entretien téléphonique
- Utilisation de bases de données
- Organisation de la recherche documentaire (papier, Internet…)
- Animation d'une équipe
- Veille technique et technologique sur le sourcing et techniques de recherches

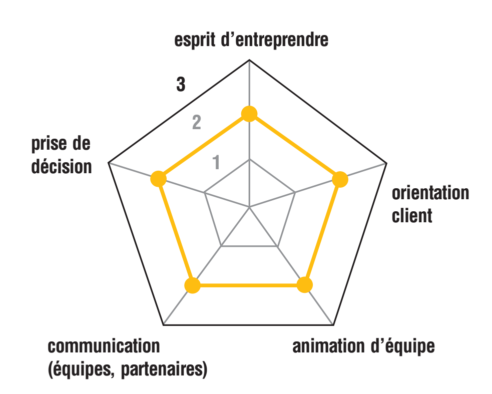


05. Connaissances

- Économie et organisation de l'entreprise
- Bases du droit de travail et de la gestion des ressources humaines
- Techniques de recrutement
- Anglais : vocabulaire technique, lire de la documentation, conversation orale au téléphone



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Dévoué à la satisfaction de la requête transmise par le client, dont il sait appréhender et ajuster les besoins au regard des réalités du marché et autres impératifs juridiques, le chargé de recherche senior en recrutement met à profit sa connaissance pratique des différentes techniques de sourcing. Manager, il dispose de l'expertise et du recul nécessaire à la prise de décision efficace, tant dans la gestion de son équipe que dans l'évaluation des profils de candidats potentiels.



07. Cadre

En relation avec l'ensemble des acteurs des ressources humaines, le chargé de recherche senior en recrutement exerce au sein d'entreprises, de cabinets de conseils en ressources humaines ou de sociétés de service.



08. Évolution professionnelle

Grâce au développement de compétences managériales, et à l'acquisition d'une vue d'ensemble des problématiques spécifiques à l'embauche, le chargé de recherche senior en recrutement pourra en toute logique évoluer vers les fonctions de responsable, et prendre en charge l'ensemble des étapes qui constituent le processus de recrutement.
À titre d'exemple, voici une fonction vers laquelle l'évolution est possible après avoir exercé pendant plusieurs années le métier de chargé de recherche senior en recrutement :

- Consultant en recrutement

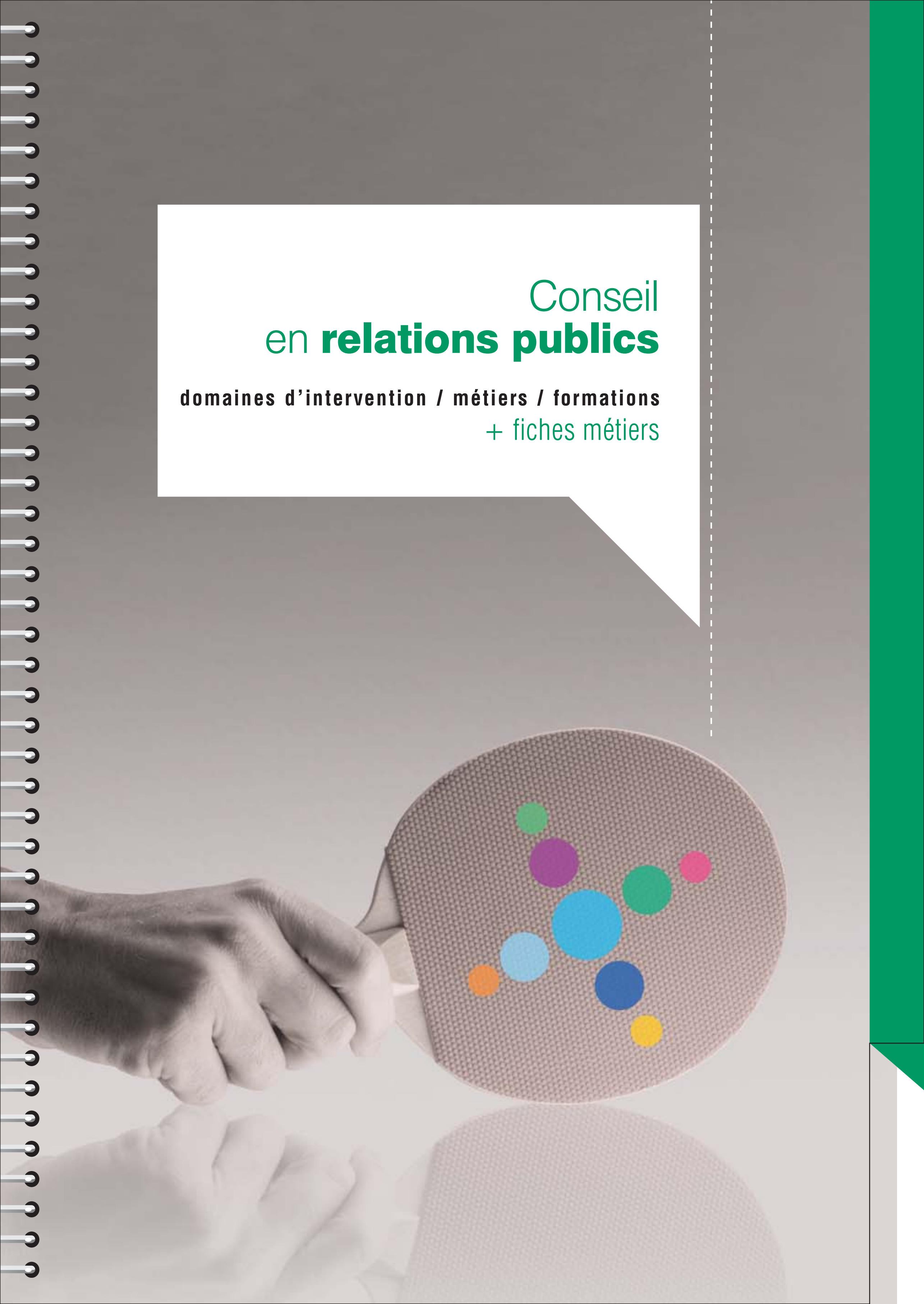


09. Formation

Le niveau de formation exigé est généralement supérieur à Bac +3. Les études et spécialités varient en fonction du poste (Sciences Humaines, Droit, Gestion, Master de Management spécialité Ressources Humaines…).

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.




Conseil
en **relations publics**
domaines d'intervention / métiers / formations
+ fiches métiers

Conseil en **relations publics**

Dialoguer avec les publics

Entrées dans l'ère du digital, les entreprises et les organisations doivent plus que jamais initier et entretenir des relations de confiance avec un nombre grandissant de publics. Ainsi, le champ des relations publics s'élargit : de la communication commerciale pour soutenir le business à la gestion de leur réputation, les entreprises doivent prendre en compte tous les publics qui composent la société et qui peuvent aider ou, au contraire, porter atteinte à la bonne marche de leurs activités : journalistes et blogueurs, bien sûr, mais aussi prescripteurs, experts, ONG, associations de consommateurs, administrations, élus, etc.

Construire la relation

Installer la notoriété, façonner une image, bâtir et protéger la réputation : il revient aux agences de conseiller leurs clients sur les stratégies et les moyens de créer et d'entretenir une relation de confiance et d'engagement avec l'ensemble de leurs publics.

Entretenir la confiance

Dans un monde de plus en plus complexe où les entreprises et les organisations doivent faire face à des enjeux de natures très différentes – réglementaires, financiers, sociétaux, environnementaux – les professionnels des relations publiques sont conduits à s'intéresser, sous l'angle de la communication, à de multiples sujets.

► **Plus d'infos sur :** www.avenir-etudes-conseil.com

domaines d'intervention

Le conseil en relations publics se construit donc à partir d'une stratégie de communication, laquelle se déploie selon sept principaux domaines d'intervention au cœur des problématiques des entreprises et des organisations.

Bâtir un plan de communication, recommander la stratégie gagnante, orchestrer les moyens, tirer les enseignements d'actions précédentes pour recadrer la stratégie, optimiser les affectations budgétaires en fonction des objectifs poursuivis, voilà ce qu'attendent les clients des agences de relations publics en matière de conseil stratégique.

Multiples, les objectifs visent généralement à développer la réputation d'un produit, d'une marque, d'une institution ou d'une personnalité, à projeter une image positive vers le plus grand nombre de publics et à développer un solide capital de confiance.

La communication institutionnelle ou "corporate"...

... ou comment présenter l'entreprise à ses publics sous son meilleur jour. Une approche "corporate" portera ainsi sur les performances économiques de l'entreprise mais aussi sur ses valeurs, traduites notamment dans sa gestion des ressources humaines, le respect de l'environnement, la contribution à des causes d'intérêt général. Les outils sont aussi nombreux que les techniques disponibles : édition, production audiovisuelle, sites Internet, événements, mécénat, publicité...

La communication interne...

... rejoint naturellement les enjeux de la communication corporate, relevant plus spécifiquement des ressources humaines. Le public particulier que sont les collaborateurs d'une entreprise justifie que des professionnels des relations publiques développent une expertise spécifique et possèdent, fort utilement, de solides notions de droit social. Baromètres d'opinion interne, communication de motivation, journaux internes, conventions, intranet… sont des moyens privilégiés de cette spécialité de la communication.

La communication financière

En interaction avec la communication corporate de l'entreprise, la communication financière vise à informer les publics financiers et tous ceux qui s'intéressent aux performances des entreprises : analystes financiers, investisseurs institutionnels, actionnaires, banquiers. Obligation légale pour les entreprises cotées, la communication financière est un enjeu important pour toutes les entreprises qui doivent financer leur développement ou informer efficacement leurs actionnaires. Une connaissance de la réglementation en matière de communication financière est indispensable pour agir sans erreur dans cet univers.

La communication des marques

Mettre en avant les marques, les produits ou services est une activité de communication déterminante pour le succès des entreprises. Qu'il s'agisse de faire connaître, donner envie, créer du bouche à oreille positif ou rassurer sur la qualité, les relations publics jouent un rôle clé pour soutenir les ventes. Les relations avec les médias, sous une forme événementielle ou, plus classiquement, par envoi de communiqués et de dossiers de presse aux journalistes, sont régulièrement utilisées pour la communication marketing. Toutefois, avec le développement des technologies de l'information (sites, blogs, médias sociaux), les stratégies "online" prennent une part croissante dans les dispositifs de relations publiques et permettent de rayonner auprès de publics toujours plus diversifiés.

La communication avec les pouvoirs publics et le lobbying

De plus en plus, les entreprises s'organisent pour défendre leurs intérêts vis-à-vis des décideurs administratifs et politiques, tant au niveau national (gouvernement, administrations centrales) que régional (collectivités territoriales, services décentralisés de l'État). Au sein des agences de relations publiques, certains professionnels se spécialisent dans la communication vers ces publics particuliers. Pour leurs clients, ils assurent une veille réglementaire afin de les aider à anticiper les évolutions de la loi, identifient les décideurs plus spécifiquement en charge des sujets qui intéressent leurs clients et mettent en place des programmes de rencontres avec les élus et les services administratifs pour que le point de vue du secteur privé soit entendu et pris en compte par la puissance publique.

La communication de crise

La communication de crise consiste à anticiper et à se préparer à tous les risques que l'entreprise peut avoir à connaître, et quand la crise survient, à la gérer, sur le plan de la communication, vis-à-vis des différents publics concernés : victimes, pouvoirs publics, médias et, plus largement, l'opinion publique. Cela consiste donc à concevoir et mettre en œuvre des politiques de prévention et de gestion de crise pouvant affecter une entreprise, ses produits ou services et les hommes qui la composent.

La communication digitale

Le développement du web social a fait considérablement évoluer les stratégies et outils des RP. Plus encore, le Social Media a renforcé le dialogue entre les publics et rendu les RP indispensables dans la construction d'une relation de confiance. La communication digitale doit intégrer les nouveaux usages du web dans la stratégie RP d'une marque ou d'une entreprise. Cela consiste à mettre en place des actions de community management (relation consommateur et dialogue public/entreprise, création de buzz, animation de communautés, etc.) mais aussi un travail de veille sur une marque, une entreprise, une institution…

métiers / formations

Assistant Relations Publics / Relations Presse

L'assistant Relations Publics / Relations Presse a pour mission de soutenir les équipes de l'agence en participant à la mise en œuvre des missions de gestion, d'organisation et d'optimiser la vie quotidienne de l'agence (relations prestataires, communication externe de l'agence…).
Il assure les contacts avec un réseau de journalistes et de blogueurs qu'il développe et gère au quotidien et met en place les recommandations de l'agence en terme de relations médias : point médias, analyse médias, surveillance des plannings rédactionnels, ordres du jour, compte-rendu, pige presse et audiovisuelle. Il participe à l'organisation des opérations de communication (réunions, séminaires, conférences, visites d'entreprise, voyages, salons, foires, événements sportifs ou culturels) financées par une entreprise, une collectivité territoriale, etc.

Consultant

En rejoignant une agence de relations publics, le jeune professionnel devient consultant junior puis, après 3 à 5 ans d'exercice professionnel, consultant senior.
Sa progression de carrière est fonction de ses qualités personnelles – la curiosité, le sens du relationnel et du service rendu au client, le goût des responsabilités – conjuguées à ses qualités professionnelles : une bonne compréhension des problématiques de communication et des enjeux du secteur de ses clients, une sûreté de jugement, de la créativité et de la rigueur. Il se fait un devoir de respecter les engagements de l'agence envers ses clients en termes de délais, de budgets, de qualité de la prestation et de reporting. Il développe progressivement la capacité à gérer les différents prestataires mobilisés sur les missions dont il a la charge : studio de création et imprimeurs, spécialistes de l'événement, traducteurs, etc.

Consultant stratégie digitale

Le consultant stratégie digitale - responsable des relations publics online - a pour mission d'intégrer les nouveaux usages et outils du web dans la stratégie RP d'une marque ou d'une entreprise. Que ce soit en élaborant les stratégies de communication d'une marque sur le web ou en intégrant le web comme outil dans une stratégie globale, il doit connaître parfaitement les acteurs les plus influents du web et les lieux d'expression incontournables (leaders d'opinions, blogs, réseaux sociaux).

Directeur conseil / Directeur de clientèle

Après 8 à 10 ans d'exercice professionnel et une capacité de conseil assise sur l'expérience, le consultant devient directeur conseil / directeur de clientèle. Conseil stratégique, accompagnement permanent du client, organisation du travail des équipes, négociation commerciale, développement, le poste est riche en responsabilités. À l'expertise professionnelle reconnue, le directeur de clientèle ajoute à sa palette des savoir-faire relevant du management et des techniques de vente. Il est responsable de son portefeuille de clients, le plus souvent soumis à un objectif commercial. Il coordonne le développement de son périmètre et encadre une équipe. Ses qualités professionnelles et son expérience lui permettent d'acquérir, de façon autonome, de nouveaux clients.

Directeur associé

Professionnel accompli, le directeur associé maîtrise l'ensemble des expertises attendues d'un professionnel des relations publics en agence : le conseil et la mise en œuvre d'actions de communication, le management et le développement de clientèle. Pouvant avoir acquis une participation au capital de son agence, c'est un professionnel confirmé et reconnu qui est investi d'une autorité de direction et qui peut engager la responsabilité de son agence, notamment par la signature de contrats avec des clients. Chargé de la supervision de portefeuilles d'activité, il est garant de la qualité globale des prestations vis-à-vis des clients et assure le suivi de la relation de long terme avec eux. Il contribue à la définition et à la mise en œuvre des politiques de l'agence dans tous les domaines de son fonctionnement.

LES FORMATIONS

Tous les chemins, ou presque, mènent au conseil en relations publics. Les interventions des professionnels des relations publics portent sur une telle diversité de sujets que la plupart des formations peuvent correspondre à un besoin ! Ainsi, une solide culture générale et une formation en économie, en droit, en sciences politiques, en agronomie, etc. peuvent être de véritables atouts. Tout comme le sera un goût personnel pour les nouvelles technologies ou tel secteur d'activité. Les formations doubles qui associent la communication au droit, à l'économie, à la gestion ou à la santé sont également avantagées. Cependant, avant même d'entrer dans la profession, il est indispensable d'en connaître les méthodes et les techniques. Évidemment, cela s'ajoute à une parfaite maîtrise de la langue française ainsi que d'une langue étrangère, le plus souvent l'anglais.

fiche métier #23

Consultant junior en relations publics



01. Résumé du poste

Le consultant junior en relations publics a pour mission d'assurer la promotion externe de l'image et de l'activité de ses clients auprès de leurs publics cibles. Interface entre l'entreprise qui le mandate et les médias, son rôle au quotidien consiste à mettre en place des stratégies de relations publiques adaptées et efficaces, et à offrir sous forme de conseils et de recommandations son expertise en matière de communication.



02. Activités principales

- Mettre en œuvre des actions de relations publics et des programmes de relations médias (on et off line)
- Exercer une capacité de conseil opérationnel auprès des clients et contribuer à la conception des programmes
- Valider l'adéquation des actions entreprises avec les attentes du client et leur évolution
- Assurer le suivi des prestataires sur les contrats
- Créer le relationnel avec les journalistes et les bloggeurs
- Participer au reporting
- Participer à l'évaluation des résultats des actions (retombées presse…)
- Participer aux recommandations et aux conseils clients
- Appliquer rigoureusement les procédures techniques et administratives en vigueur dans l'agence



03. Activités spécifiques

- Participer à des prospections et au développement des contrats existants



04. Savoir-faire

- Techniques du métier de consultant en relations publics
- Travail en équipe
- Collecte et synthèse d'informations
- Rédaction de notes sur des éléments factuels de l'arrière-plan communication et marketing
- Relations médias

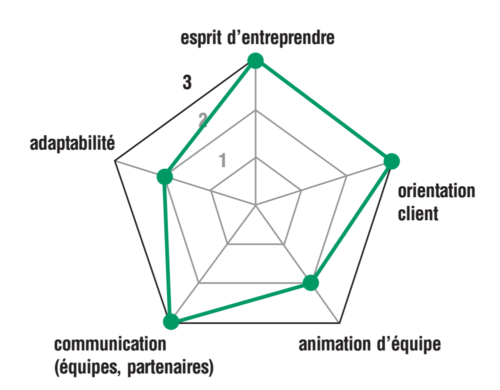


05. Connaissances

- Techniques de communication dans les domaines d'application (communication de crise, communication interne, communication financière…)
- Anglais courant (oral et écrit)
- Connaissance des médias (on et off line)



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le sens du relationnel du consultant junior en relations publics lui permettra d'animer un réseau de médias et communicants partenaires et de répondre aux besoins du client. Réactif, doué d'une compréhension efficiente des enjeux et objectifs de l'entreprise qui le mandate, il doit faire preuve d'innovation et de créativité tout en respectant un cahier des charges et un budget établis en concertation avec le client. Enfin, une parfaite maîtrise de l'anglais s'avère nécessaire dans les actions de veille et permettra une orientation vers des missions à dimension internationale.



07. Cadre

Travaillant le plus souvent au sein d'une agence ou d'un cabinet dédié aux relations publics, le consultant peut aussi, en fonction de son expérience et de son carnet d'adresses, faire le choix d'exercer en indépendant.



08. Évolution professionnelle

L'évolution hiérarchique logique du consultant en relations publics est l'accès aux services décisionnaires et aux postes dirigeants.
Exemple de fonction vers laquelle l'évolution est possible après avoir exercé pendant quelques années le métier de consultant en relations publics :

- Consultant senior en relations publiques



09. Formation

Le niveau de formation exigé est généralement supérieur ou égal à Bac +5 avec une spécialisation en communication et doit témoigner de l'acquisition d'un savoir théorique et pratique global.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Consultant senior en relations publics



01. Résumé du poste

Communicant aguerri, le consultant senior en relations publics conçoit et met en œuvre des stratégies de relations publics d'envergure pour le compte d'entreprises et autres clients. Manager reconnu pour son expérience, il encadre des équipes de consultants et prestataires externes et contribue activement au développement de sa propre structure par un souci de fidélisation et des actions de prospection commerciale.



02. Activités principales

- Concevoir des programmes de communication ou d'information pour des entreprises clientes
- Concevoir des budgets avec le client
- Organiser la mise en œuvre des actions de communication définies, sélectionner et suivre les prestataires
- Animer des équipes internes ou prestataires de réalisation et organiser leur travail dans le cadre des programmes
- Exercer une capacité de conseil adaptée au niveau stratégique et opérationnel
- Assurer la gestion des contrats, la mise en œuvre des procédures administratives et la rentabilité des missions
- Identifier les dysfonctionnements, les analyser, les résoudre
- Prévenir les conflits et activer les recours nécessaires
- Évaluer les résultats des actions (retombées presse…) et la satisfaction des clients



03. Activités spécifiques

- Contribuer au développement de contrats et à la prospection
- Développer une expertise technique sur des types d'activités ou d'entreprises



04. Savoir-faire

- Analyse des enjeux des clients et compréhension de l'environnement du client
- Animation d'équipes
- Constitution d'un réseau de relations médias et de prestataires
- Identification et résolutions des dysfonctionnements
- Analyse d'une problématique et élaboration d'une méthode pour le client
- Gestion administrative et économique d'un contrat
- Négociation d'un budget
- Mise en œuvre et adaptation des techniques de communication dans le domaine d'activité

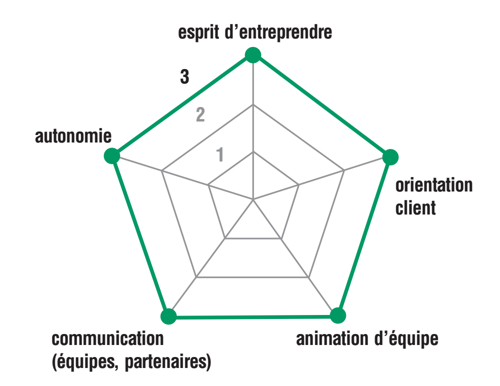


05. Connaissances

- Méthodes et techniques de communication dans les domaines d'activité
- Anglais courant (oral et écrit)



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

La capacité d'écoute dont le consultant senior en relations publics sait faire preuve lui permet d'apporter une réponse efficace et adaptée aux problématiques et besoins spécifiques de l'entreprise qui le sollicite. Son expérience, qui se traduit notamment par un large réseau dans le monde de l'entreprise et des médias, assoit sa légitimité à encadrer des équipes et à élaborer puis mettre en œuvre des stratégies pertinentes de communication.



07. Cadre

Le métier de consultant senior en relations publics s'exerce le plus souvent au sein d'une agence de communication ou d'un cabinet de conseil en relations publiques.



08. Évolution professionnelle

Acteur de la prospection commerciale de l'agence ou du cabinet qui l'emploie, le consultant senior en relations publics pourra faire valoir son expertise en matière de communication et son expérience de manager pour endosser les responsabilités inhérentes aux métiers de l'encadrement. Exemple de fonction vers laquelle le consultant senior en relations publics peut se diriger après plusieurs années d'expérience :

- Directeur conseil en relations publics



09. Formation

Le niveau de formation exigé est généralement supérieur à Bac +3. Les études et spécialités varient en fonction du poste (Sciences Humaines, Droit, Gestion, Master de Management spécialité Ressources Humaines…).

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Directeur conseil en relations publics



01. Résumé du poste

Responsable des budgets stratégiques et opérationnels et manager de l'équipe de consultants qu'il supervise au quotidien, le directeur conseil en relations publics mobilise les énergies et efforts que supposent l'élaboration de plans de communication et la formulation de recommandations pertinentes. Garant du développement et de la rentabilité de l'agence ou du cabinet qui l'emploie, il est l'interlocuteur privilégié des entreprises clientes, qu'il démarche et fidélise.



02. Activités principales

- Élaborer un conseil stratégique auprès des clients
- Concevoir et élaborer des programmes de relations publics pour le compte de sociétés clientes
- Assurer l'atteinte des objectifs qualitatifs (satisfaction client) et financiers (CA et rentabilité)
- Négocier les budgets avec les clients
- Manager les équipes de consultants et animer le travail en équipe
- Développer l'activité auprès d'un portefeuille de clients et prospects
- Être force de proposition pour le développement d'activités nouvelles



03. Activités spécifiques

- Réaliser des publications ou des présentations orales dans le cadre de séminaires
- Intervenir pour les clients dans des circonstances sensibles
- Participer à des missions transversales : en ressources humaines, en développement de spécialités nouvelles



04. Savoir-faire

- Expérience d'une diversité de situations, de types de clients, de secteurs d'activités et de contextes différents
- Capacité d'accès et d'échange professionnel au niveau des fonctions de direction générale des clients
- Compréhension des enjeux stratégiques d'une situation professionnelle
- Capitalisation des méthodes et techniques de communication
- Entretien d'un carnet d'adresses de relations publiques
- Gestion économique et administrative des contrats
- Encadrement des consultants et animation du travail en équipe
- Pilotage de projets

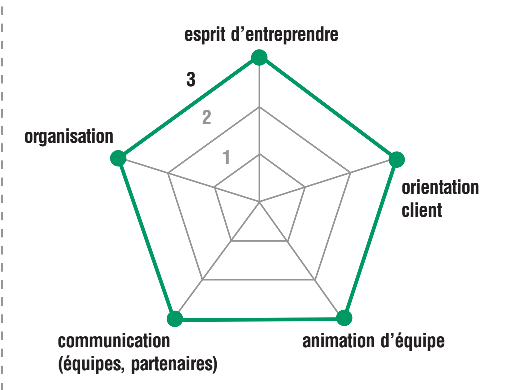


05. Connaissances

- Droit social, droit de la consommation, de la réglementation
- Techniques d'administration et de gestion



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le directeur conseil en relations publics met ses qualités de gestionnaire et de commercial au service de la réalisation efficace de stratégies de communication, que ses connaissances précises et exhaustives en la matière lui permettent de construire avec pertinence, dans un souci constant d'optimisation et de rentabilité. Son leadership naturel, conforté par sa légitimité technique et sa compréhension des enjeux et besoins des entreprises clientes, l'aide à manager au quotidien son équipe de consultants.



07. Cadre

Le métier de directeur conseil en relations publics s'exerce le plus souvent au sein d'agences de communication ou de cabinets conseil spécialisés.



08. Évolution professionnelle

Les fonctions de directeur conseil en relations publics font partie des plus élevées hiérarchiquement.
Les possibilités d'évolution permettant de rester dans ce secteur sont donc limitées.



09. Formation

Le niveau de formation exigé est généralement supérieur ou égal à Bac +5. Par ailleurs, il est nécessaire de justifier de plusieurs années d'expérience en tant que consultant senior en relations publics. Un diplôme universitaire comme le Master ou un diplôme d'école de commerce ou d'IEP, spécialisé en communication, est recommandé.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.





Conseil en **évolution professionnelle**

domaines d'intervention / métiers / profils recherchés

\+ fiches métiers

Conseil en **évolution professionnelle**

Le conseil en évolution professionnelle, pourquoi ?

Permettre à une personne ou à une équipe, qui en éprouve le besoin et qui le demande, de développer son efficacité professionnelle : élaboration / définition / acceptation de sa mission, atteinte de ses objectifs, amélioration de sa communication et de ses relations, résolution de ses problèmes, augmentation de son autonomie et de son “assertivité”, optimisation du mode de management, accompagnement dans le cadre d’une restructuration...

Révéler les potentiels

Le métier du conseil en évolution professionnelle consiste à soutenir et guider les personnes dans leur développement personnel et professionnel. Il oriente avec efficacité les personnes en les aidant à révéler leur potentiel et leur savoir-faire. Le consultant en évolution professionnelle intervient à un niveau stratégique, avec une réelle force de proposition pour faire évoluer une situation.

Accompagner et guider

Il conseille, oriente, prépare les salariés à de nouveaux projets, et les guide dans leur mise en œuvre : c’est un spécialiste de l’accompagnement collectif ou individuel, du changement et de la mobilité.

Plus d’infos sur : www.avenir-etudes-conseil.com

domaines d'intervention / métiers

L'accompagnement humain des réorganisations

Aider une entreprise à redéployer des salariés en interne ou en externe, et à mettre en place un plan social (élaborer les plans et mettre en œuvre les mesures sociales).

Le bilan de compétences

Aider un collaborateur à faire un inventaire de ses connaissances, de ses compétences et de ses caractéristiques de personnalité afin de lui permettre d'identifier un projet professionnel réaliste.

Le coaching

Accompagner un manager dans son développement personnel pour optimiser ses atouts humains et professionnels et l'aider à mieux exercer ses responsabilités au sein de son entreprise (être plus efficace pour soi-même et pour les autres, franchir un cap, explorer de nouvelles voies, accompagner le changement, être plus à l'écoute ou mieux négocier…).

L'outplacement

Accompagner une personne en phase de transition professionnelle, pour lui permettre de retrouver un nouveau poste dans les meilleurs délais et conditions : construire un projet porteur d'avenir, optimiser sa communication, gagner du temps et de l'efficacité dans sa démarche de recherche active et notamment de réseau.

L'évaluation / assessment

Permettre à une entreprise d'objectiver le diagnostic sur les compétences comportementales actuelles et potentielles de ses collaborateurs, à des fins de sélection ou de développement de la performance (assistance au recrutement, mobilité interne, détection de potentiel...). Le diagnostic une fois produit est partagé entre le collaborateur, l'entreprise et le consultant.

“*Accompagner une personne dans le développement de son potentiel pour l'aider à mieux exercer ses responsabilités professionnelles.*”

“*Écouter, comprendre un mode de fonctionnement, guider dans une démarche.*”

“*Favoriser l'émergence d'un nouveau projet, aider à l'organiser et à le canaliser.*”

Coach h/f

Écoute, sens du contact et disponibilité. Des qualités indispensables pour accompagner un manager ou une équipe dans leur développement professionnel. En bon "accoucheur", il sait faire réfléchir, apporter pertinence et créativité dans son diagnostic et sa méthodologie. Sa compétence en psychologie sur les aspects comportementaux et de fonctionnement au travail alliée à ses compétences en management l'amène à orienter efficacement le "coaché" dans sa trajectoire professionnelle, avec éthique et objectivité. Son profil ? En général, double formation et double expérience : commerciale et sciences humaines, entreprise et cabinet spécialisé.

Coaching et coaching d'équipe :
Accompagnement d'un manager, ou d'une équipe, favorisant l'optimisation de leurs atouts humains et professionnels pour un meilleur exercice de leurs responsabilités au sein de leur entreprise. Accompagnement d'une équipe dans sa réflexion, son fonctionnement, sa prise de décision et ses actions pour gagner en autonomie, confort, performance et cohérence.

Consultant en accompagnement individuel h/f

Transformer en source de développement les situations de mobilité professionnelle interne et externe. Sa mission peut revêtir différentes formes : le bilan de compétences pour identifier avec le collaborateur des voies d'évolution professionnelles réalistes ; l'outplacement pour conduire la personne en situation de mobilité externe vers une nouvelle activité professionnelle. Un métier qui se pratique avec tact et passion !

Consultant mobilité h/f

Conseiller, orienter, préparer les salariés à de nouveaux projets, les guider dans leur mise en œuvre : il est un spécialiste de l'accompagnement collectif à la mobilité et au changement. Il travaille dans une "antenne emploi", située au cœur même d'un organisme ou d'une entreprise. Il sait écouter et recadrer, maîtrise aussi bien la législation sociale que les réseaux de recherche. La conduite d'entretien n'a pas de secret pour lui.

profils recherchés

Responsable espace mobilité h/f

Négocier, toujours et partout. Responsable d'une antenne emploi au sein même d'une entreprise, il anime son équipe, assume les relations avec la DRH et la Direction Générale, entretient la dynamique avec tous les partenaires du réseau (ANPE, APEC, etc.) et participe aux négociations sociales. Il s'appuie sur quelques années d'expérience en tant que consultant.

Responsable de projets h/f

Trois cordes sensibles à son arc : encadrer une équipe, développer un portefeuille clients, tout en poursuivant des missions de consulting complexes ou délicates. Qu'il soit de formation commerciale, ingénieur ou sciences humaines, il a longtemps exercé des responsabilités opérationnelles dans les RH ou le management. Il a fait ses preuves dans la conduite de projet d'accompagnement individuel ou collectif.

Responsable de départements h/f

Ce professionnel confirmé élabore la politique de son département. Imaginatif, il conçoit de nouvelles prestations. Relationnel, il les vend et les négocie auprès de ses clients. Spécialiste de la mobilité, du développement des compétences et de l'accompagnement du changement, il assume des fonctions de management au plus haut niveau.

Chargé de relations entreprises h/f

Son point fort est l'aisance téléphonique et le goût du contact. Sa voix suscite la confiance. Sa mission ? Prospecter les entreprises pour identifier leurs besoins et favoriser le placement des candidats. Il s'intègre par exemple dans l'antenne emploi d'une entreprise ou d'une organisation dont le rôle est de favoriser la mobilité et d'accompagner le changement.

Assistant évolution professionnelle h/f

Il joue le rôle d'une véritable plaque tournante en assistant à la fois le consultant en évolution professionnelle et les candidats qui recherchent un nouvel emploi. Un travail qui allie sens commercial, rigueur et savoir-faire en communication. Ses missions sont variées : suivre les prestations du consultant, aider à la mise en forme de documents de candidature, analyser les demandes pour vérifier qu'elles sont conformes au cahier des charges...

« *Concevoir et mettre en œuvre des solutions originales pour gérer ou anticiper les évolutions de l'emploi et des compétences.* »

INTERVIEW DE SYLVIE GOUNELLE, CONSULTANTE

En quoi consiste votre métier ?

J'interviens à des moments clés de changement dans la vie professionnelle des personnes. J'accompagne le développement des talents mais je m'occupe aussi du management de carrière, tout en utilisant les outils de coaching. J'effectue des missions d'outplacement pour des personnes en transition de carrière. Je les accompagne alors sur le chemin qui les amènera vers de nouveaux postes. J'aide également les candidats en mobilité interne au sein de l'entreprise. À travers le coaching, je peux creuser de manière plus approfondie, aider les personnes à mieux comprendre leurs forces et leurs ressources. Je les aide à tirer le meilleur parti d'elles-mêmes.

Quelles sont les qualités pour y arriver ?

Il faut aimer les gens. Cela paraît idiot mais c'est important. La maturité professionnelle et l'expérience sont également essentielles à mes yeux. C'est aussi un métier d'écoute mais cela ne suffit pas. Un consultant coach doit se monter dynamique et afficher une véritable envie de se mettre au service du projet des autres. Il doit savoir prendre du recul et en même temps montrer de l'empathie car pour être efficace nous avons besoin de créer un lien de confiance avec la personne. On entend des choses parfois difficiles et il faut savoir se montrer équilibré face à la situation.

Qu'est-ce qui vous attire dans l'exercice de votre métier ?

Je trouve sympa de me rendre compte que j'ai été ce petit coup de pouce pour aider des personnes à savoir où aller, à se sentir mieux. J'aime me dire que j'ai été moteur, que j'ai servi à quelque chose. J'ai un sentiment d'utilité fort mais qui est peut-être lié au fait d'avoir connu autre chose avant.



SON PARCOURS

Après avoir travaillé dans les ressources humaines chez L'Oréal, Sylvie Gounelle effectue un premier virage. Un MBA HEC en poche, elle intègre une agence de communication internationale. Elle reste quinze ans dans le monde de la publicité avant d'initier son deuxième virage. En 2003, elle arrive dans le cabinet Version Originale, prête à vivre une nouvelle expérience professionnelle dans le coaching.

Coach en évolution professionnelle



01. Résumé du poste

Promoteur et accélérateur de compétences, le coach en évolution professionnelle a pour mission d'insuffler progrès et réussite au salarié ou à l'équipe qu'il accompagne. Par sa connaissance des rouages et réalités du monde de l'entreprise, et son expertise en matière de développement personnel, il prodigue conseils et soutien, avec pour objectifs l'optimisation des savoir-faire et le dépassement des obstacles présents sur la route du succès professionnel.



02. Activités principales

- Conduite des missions de coaching professionnel individuel et/ou d'équipe
- Définir des objectifs et des indicateurs de résultats attendus des missions
- Analyser les processus relationnels
- Entretenir et développer la relation commerciale avec les clients
- Analyser et formuler la demande du client



03. Activités spécifiques

- Animer et superviser une équipe de coachs
- Former au coaching
- Réaliser des tests psychologiques
- Mener des missions d'accompagnement individuel



04. Savoir-faire

- Techniques de développement personnel
- Adaptation des outils et méthodes au contexte et aux objectifs visés
- Commercial
- Respect d'une éthique personnelle et professionnelle

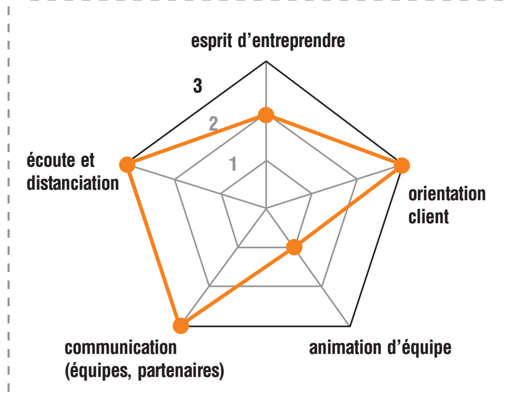


05. Connaissances

- Concepts et outils de coaching opérationnels ou professionnels
- Sciences humaines et/ou psychologie
- Fonctionnement des entreprises et/ou des organisations



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Fin psychologue, les qualités d'écoute et de communication dont le coach en évolution professionnelle, dispose lui permettent de cibler et de répondre avec efficacité aux besoins de son client. Réactif, il sait se montrer disponible dans chacune des étapes qui constituent la mission d'accompagnement qui lui est confiée, et manie avec déontologie les techniques de développement de compétences.



07. Cadre

Indépendant ou salarié d'un cabinet de consulting, le coach en évolution professionnelle intervient le plus souvent sur le site de l'entreprise qui le sollicite.



08. Évolution professionnelle

Fort de son expérience d'accompagnement professionnel individuel et collectif, synonyme de maîtrise éprouvée des techniques de développement de compétences, le coach en évolution professionnelle pourra faire valoir les résultats obtenus et prendre la responsabilité de formations d'envergure.
Voici quelques exemples de fonctions vers lesquelles l'évolution est possible après avoir exercé pendant plusieurs années le métier de coach en évolution professionnelle :

- *Formateur*
- *Responsable de département en évolution*



09. Formation

Le niveau de qualification oscille entre Bac +3 et Bac +5 et est souvent complété par un certificat de formation spécifique au coaching. Une habilitation au coaching délivrée par un syndicat professionnel et une habilitation à l'utilisation de tests peuvent éventuellement être demandées.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #27

Consultant accompagnement collectif



01. Résumé du poste

Interlocuteur privilégié des demandeurs d'emploi et des salariés en situation de mobilité, le consultant en accompagnement collectif assure une activité de conseil et de soutien via des ateliers et des animations de groupe. Au sein d'une équipe et dans le cadre d'un programme d'action, il oriente, prépare et encourage ses clients vers de nouvelles perspectives professionnelles..



02. Activités principales

- Préparer la mission et adapter l'intervention au contexte spécifique (territorial, économique, social, des publics)
- Réaliser les bilans personnels et professionnels des personnes accompagnées
- Conseiller les demandeurs d'emploi et valider leurs projets professionnels
- Informer et conseiller sur les procédures et les conditions de la reconversion
- Animer des ateliers collectifs sur les techniques de recherche d'emploi
- Accompagner la recherche d'emploi
- Rechercher et conseiller les formations adaptées aux projets professionnels
- Prospecter les marchés de l'emploi
- Préparer le reporting des activités et projets
- Assurer les relations avec tous les intervenants internes (DRH, IRP) et externes (ANPE, APEC, autres prestataires) dans leur complexité et en intégrant le jeu des acteurs



03. Activités spécifiques

- Tutorer les consultants débutants



04. Savoir-faire

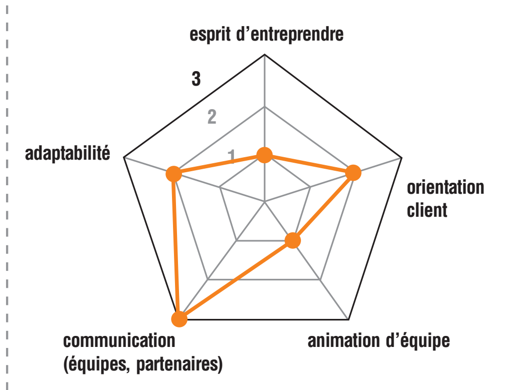
- Adaptation des outils et méthodes selon les diverses logiques professionnelles et dynamiques personnelles
- Bilan de compétences professionnelles
- Recherche documentaire
- Entretien et techniques de communication orale
- Outils bureautiques

05. Connaissances

- Environnement social et économique
- Droit et réglementation sociale
- Gestion des Ressources Humaines
- Politiques de l'emploi et de la formation



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Le consultant en accompagnement collectif use de son dynamisme et de sa force de persuasion pour encourager et guider ses interlocuteurs sur la voie de l'insertion ou de la réorientation professionnelle. Fort d'une connaissance pratique des réalités du monde de l'entreprise, du marché de l'emploi, et de la formation initiale et continue, il met à profit ses capacités d'écoute et de synthèse pour identifier atouts et potentiels, et pour les traduire en projets d'évolution de carrière pertinents. Il sait aussi faire preuve d'adaptabilité, tant en regard des publics qu'il soutient que des contextes économiques ou territoriaux.



07. Cadre

Indépendant ou salarié d'un cabinet de consulting, le coach en évolution professionnelle intervient le plus souvent sur le site de l'entreprise qui le sollicite.



08. Évolution professionnelle

Sa maîtrise des techniques en matière de recherche et d'accès à l'emploi, ainsi que son expérience d'intervention directe auprès de publics variés, confèrent au consultant en accompagnement collectif les qualités nécessaires pour intégrer des postes d'encadrement.
Après quelques années d'exercice, il pourra par exemple endosser les fonctions de :

- *Responsable antenne emploi*
- *Responsable de projets en évolution professionnelle*
- *Consultant en accompagnement individuel*



09. Formation

Le niveau de qualification requis est généralement supérieur ou égal à Bac +5.
Avant d'accéder à ce poste, il faut toutefois justifier d'une expérience en gestion des Ressources Humaines.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #28

Consultant accompagnement individuel



01. Résumé du poste

Acteur majeur des transitions professionnelles, le consultant en accompagnement individuel a pour mission d'identifier et de valoriser les talents et les potentiels. Qu'il s'agisse de promotions internes ou de délicates mobilités externes, il contribue, par la réalisation de bilans de compétences ou d'outplacement, à faire envisager le changement comme une opportunité de progrès et d'accomplissement.



02. Activités principales

- Accueillir et présenter les prestations aux candidats
- Réaliser les prestations de bilans et/ou d'outplacement individuel
- Élaborer et conduire des missions d'accompagnement individuel
- Rendre compte et établir les bilans d'activité
- Identifier des propositions et besoins en emplois dans les entreprises de son réseau
- Contribuer à la fidélisation de la clientèle et aux actions de prospection commerciale



03. Activités spécifiques

- Tutorer les consultants débutants
- Animer des ateliers collectifs



04. Savoir-faire

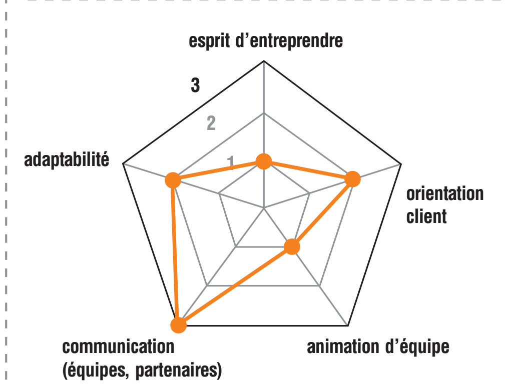
- Méthodes et outils développés dans le cabinet
- Création et entretien d'un réseau relationnel et commercial
- Respect d'une éthique personnelle et professionnelle

05. Connaissances

- Sciences humaines
- Psychologie appliquée
- Droit et réglementation sociale
- Gestion des ressources humaines



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Ses facultés d'écoute et d'analyse permettent d'abord au consultant en accompagnement individuel d'identifier les acquis et les potentiels de ses interlocuteurs.
Sa connaissance précise du monde de l'entreprise et du marché de l'emploi, doublée de son tact et de son grand sens relationnel, l'aide ensuite à convaincre son client des perspectives qui s'ouvrent à lui, et des atouts qui rendent possible une reconversion ou une évolution de carrière réaliste. Enfin, son dévouement s'accompagne d'une indispensable conscience professionnelle.



07. Cadre

Le consultant en accompagnement individuel exerce le plus souvent au sein de cabinets conseil en ressources humaines, généralistes ou spécialisés en outplacement et reconversion professionnelle.



08. Évolution professionnelle

Son expérience de diagnostic et son aptitude éprouvée à satisfaire les besoins de ses clients pourront conduire le consultant en accompagnement individuel vers les responsabilités inhérentes à l'encadrement de projet et au développement de clientèle.
Après quelques années d'exercice, le consultant en accompagnement individuel pourra notamment prétendre aux fonctions de :

- *Coach en évolution professionnelle*
- *Responsable de projets en évolution professionnelle*



09. Formation

Le niveau de qualification est généralement supérieur ou égal à Bac +5, avec par exemple une spécialisation en sciences humaines.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #29

Prospecteur d'emplois



01. Résumé du poste

La mission du prospecteur d'emplois consiste à contacter les entreprises, en général par téléphone, pour analyser leurs besoins en emploi. Il peut sur une partie de son temps assurer une assistance aux consultants C'est aussi à lui de favoriser le contact avec les acteurs du recrutement dans sa zone géographique. Il lui faut enfin assurer le suivi de sa prospection et faire des rapports sur ses activités afin de tenir à jour les informations qu'il a récoltées.



02. Activités principales

- Rechercher les entreprises sur la zone géographique considérée
- Prendre contact et assurer la relation avec les entreprises
- Qualifier les besoins en emplois des entreprises contactées
- Faire le suivi des résultats de la prospection
- Assurer le reporting de l'activité



03. Activités spécifiques

- Positionner les candidats
- Rencontrer les entreprises sur site
- Développer et fidéliser les contacts réseau avec tous les acteurs du recrutement



04. Savoir-faire

- Techniques de communication orale et téléphonique
- Outils de la téléprospection d'emplois
- Entretien
- Saisie des informations collectées

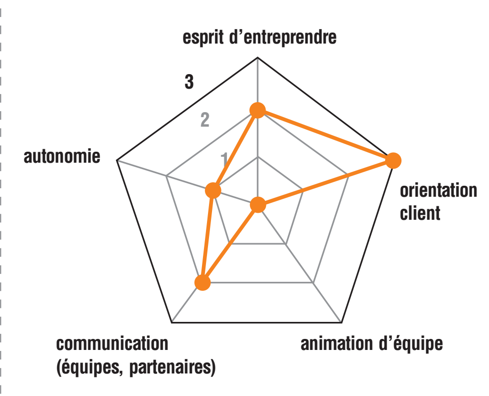


05. Connaissances

- Culture générale sur les différents secteurs d'activités et métiers
- Fonctionnement et organisation de l'entreprise
- Gestion de l'emploi et du recrutement



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Ce poste exige d'excellentes capacités relationnelles pour entretenir le contact avec les différents acteurs du recrutement. Le prospecteur d'emplois doit surtout être très à l'aise au téléphone, car c'est grâce à cet outil qu'il accomplira la plupart de ses missions : la communication orale est l'un des plus importants aspects du métier.
Enfin, l'autonomie est elle aussi importante, puisque bien qu'il travaille en relation avec de nombreux corps de métiers, le prospecteur d'emplois doit être capable de faire preuve d'initiatives et de gérer lui-même son emploi du temps et ses missions en fonction des résultats attendus.



07. Cadre

Le prospecteur d'emplois exerce ses fonctions dans un cabinet, il travaille en lien avec les consultants. Il peut faire partie d'une structure spécialisée dans un secteur.



08. Évolution professionnelle

Sa bonne connaissance du fonctionnement interne des entreprises peut permettre au prospecteur d'emplois d'intégrer le service RH d'une entreprise en tant que chargé de recrutement, voire, en fonction de son expérience, responsable des ressources humaines. Il peut aussi profiter de ses capacités relationnelles pour devenir consultant et exercer ses fonctions au sein d'une antenne emploi, ou pour se diriger vers l'accompagnement collectif des candidats à la recherche d'un emploi.
Un exemple de fonction vers laquelle il est possible d'évoluer après avoir exercé pendant plusieurs années le métier de prospecteur d'emplois :

- Consultant antenne emploi



09. Formation

Une formation à Bac +3 minimum est généralement nécessaire pour devenir prospecteur d'emplois.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Responsable antenne emploi



01. Résumé du poste

Aussi appelé pilote de projet ou responsable espace mobilité, le responsable antenne emploi a pour mission de définir et de mettre en œuvre la politique de son département. L'aspect relationnel est important dans son métier : il est chargé de manager les consultants de l'antenne emploi, mais aussi d'assurer les relations entre son équipe et ses clients. Le responsable antenne emploi est spécialiste du développement des compétences et de la mobilité.



02. Activités principales

- Manager, former et intégrer les consultants de l'antenne
- Assurer les relations avec les autres intervenants prestataires ou internes
- Prendre en charge les relations avec le client (DRH et Directeur Général, IRP, Pôle Emploi, DDTEFP) et animer la commission de suivi
- Assurer le suivi budgétaire des missions
- Animer le reporting et les commissions de suivi des projets
- Définir et adapter le processus d'intervention au contexte
- Veiller à ce que les consultants intègrent les réalités locales dans leur travail



03. Activités spécifiques

- Participer à la prospection commerciale
- Procéder au recrutement des consultants



04. Savoir-faire

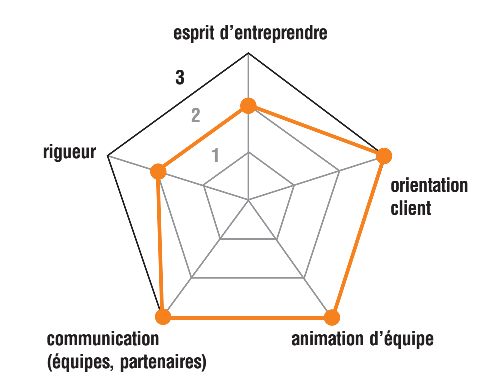
- Animation d'équipe
- Animation d'un système client complexe
- Commercial
- Gestion de projet

05. Connaissances

- Environnement social et économique
- Droit social et réglementation sociale
- Relations sociales



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

La gestion d'équipe et de projets représente la partie la plus importante des missions du responsable antenne emploi. Il doit être capable de faire fonctionner l'antenne emploi avec les moyens qui lui sont attribués et de respecter des objectifs préalablement définis. Une bonne connaissance du marché de l'emploi, des problématiques des entreprises et de l'environnement économique et social est nécessaire pour accomplir ces missions.



07. Cadre

Le responsable antenne emploi exerce ses fonctions au sein d'une antenne emploi.



08. Évolution professionnelle

À mesure qu'il progresse dans sa carrière, le responsable antenne emploi peut animer des projets plus conséquents et gérer des équipes plus importantes. Puis sa maîtrise des problématiques emploi et formation lui permettra, s'il le souhaite, d'évoluer vers divers postes. Quelques exemples de fonctions vers lesquelles il est possible d'évoluer après avoir exercé pendant plusieurs années le métier de responsable d'antenne emploi :

- *Responsable de département évolution professionnelle*
- *Responsable de projet évolution professionnelle*



09. Formation

Pour devenir responsable antenne emploi, il faut être titulaire d'un Bac +5, avec une spécialisation en sciences humaines et une expérience en tant que consultant en accompagnement collectif ou en tant que chef de projet dans un autre domaine.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

fiche métier #31

Responsable de département en évolution professionnelle



01. Résumé du poste

Le responsable ou directeur de département en évolution professionnelle assume principalement des missions d'organisation et de management. Dans son équipe se trouvent des responsables de projets évolution professionnelle ainsi que des consultants spécialisés en accompagnement individuel ou en accompagnement collectif. Son rôle : manager ces différents professionnels, mais aussi assurer la gestion de son département en élaborant des stratégies de développement.



02. Activités principales

- Superviser les activités gérées par les responsables de projets et les consultants
- Piloter les démarches commerciales menées par les responsables de projets et consultants
- Concevoir, proposer et élaborer de nouvelles prestations et méthodologies
- Assurer le reporting budgets et activités du département auprès de la direction générale



03. Activités spécifiques

- Promouvoir la société
- Assurer une mission transversale auprès de la direction générale



04. Savoir-faire

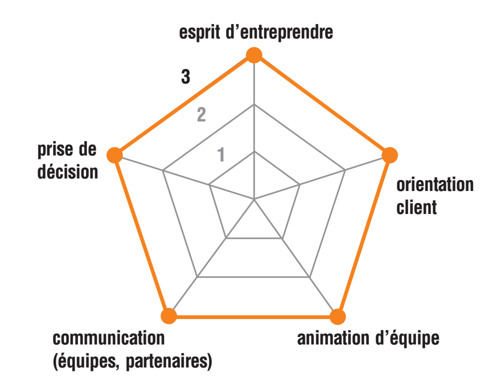
- Management d'équipes
- Négociation
- Management des entreprises
- Pilotage de projet

05. Connaissances

- Sciences humaines
- Gestion des ressources humaines
- Anglais



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

La gestion d'équipes est l'une des principales missions du responsable de département en évolution professionnelle, il est donc nécessaire qu'il fasse preuve de très bonnes capacités de communication et qu'il possède d'excellentes compétences en management. Il assure par ailleurs le lien entre son département et la direction générale de l'entreprise dans laquelle il exerce son métier. De plus, la gestion de projets étant un volet important du métier, un bon sens de l'organisation est également primordial.



07. Cadre

Le responsable de département en évolution professionnelle exerce ses fonctions en entreprise, généralement dans un grand groupe, puisque les effectifs doivent être suffisants pour justifier l'existence d'un tel département.



08. Évolution professionnelle

Les qualités de management, de gestion et d'organisation du responsable de département en évolution professionnelle le prédestinent à un poste plus élevé encore dans la hiérarchie de l'entreprise : il a généralement l'occasion, après quelques années d'expérience, d'intégrer la direction générale ou encore de devenir directeur de service support.



09. Formation

Une formation à Bac +5 avec une spécialité en sciences humaines est nécessaire pour devenir responsable de département évolution professionnelle. Une expérience de plusieurs années en tant que responsable de projets est fortement recommandée.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Responsable de projets en évolution professionnelle



01. Résumé du poste

Le responsable de projets en évolution professionnelle gère des équipes de consultants en évolution professionnelle sur des projets d'accompagnement collectif ou individuel. L'activité du cabinet dans lequel il exerce son métier peut avoir une spécialisation dans un secteur d'activité (tel que des prestations pour Pôle emploi) ou un type de public (plan de sauvegarde de l'emploi pour une entreprise par exemple). Le responsable de projets évolution professionnelle gère également le développement du portefeuille de sa clientèle.



02. Activités principales

- Animer une ou plusieurs équipes de consultants et responsables antenne emploi
- Adapter en permanence l'adéquation moyens/besoins (ordonnancement) entre les différents projets
- Conduire en directe les missions d'accompagnement complexes ou sensibles
- Faire des propositions commerciales et élaborer des réponses à appels d'offres
- Assurer le suivi budgétaire des missions
- Participer à la veille et capitalisation méthodologiques
- Développer le portefeuille de clientèle



03. Activités spécifiques

- Conduire des missions de conseil sur les interventions en évolutions professionnelles auprès des entreprises



04. Savoir-faire

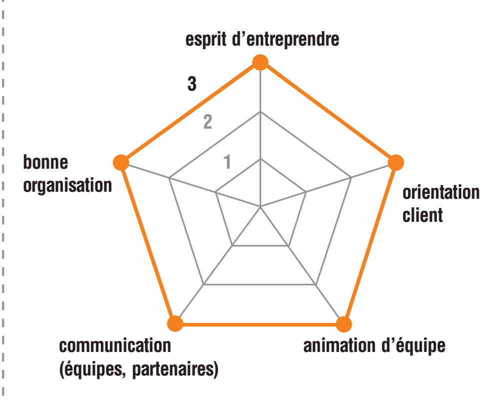
- Animation d'équipe
- Prospection commerciale
- Gestion des ressources (matérielles, humaines et financières)
- Pilotage de projets

05. Connaissances

- Sciences humaines
- Droit social et réglementation sociale
- Gestion des ressources humaines
- Anglais



06. Qualités requises



NIVEAUX
1 : assez important - 2 : important - 3 : très important

Savoir bien gérer une équipe s'avère indispensable car vous allez travailler pour des clients extérieurs, souvent des directeurs RH, qui ont parfois des délais serrés. Vous êtes le maillon entre le client et l'équipe de consultants antenne emploi. Il ne faut pas oublier le côté commercial de votre profession. Avoir des habilités commerciales est nécessaire pour répondre à des appels d'offres et réaliser des propositions commerciales.



07. Cadre

Le responsable de projets en évolution professionnelle exerce son activité au sein d'un cabinet qui travaille pour plusieurs clients, types entreprises ou institutions publiques comme Pôle emploi.



08. Évolution professionnelle

Avec de l'expérience, le responsable de projets en évolution professionnelle anime des projets de plus en plus importants avec des équipes plus grandes. Il peut choisir également de se mettre à son compte pour faire du consulting emploi auprès d'entreprises ou de particuliers (recrutement, outplacement, formation, stratégie...).
Un exemple de fonction vers laquelle vous pouvez évoluer après avoir exercé le métier de responsable de projets évolution professionnelle :

- Responsable de département évolution professionnelle



09. Formation

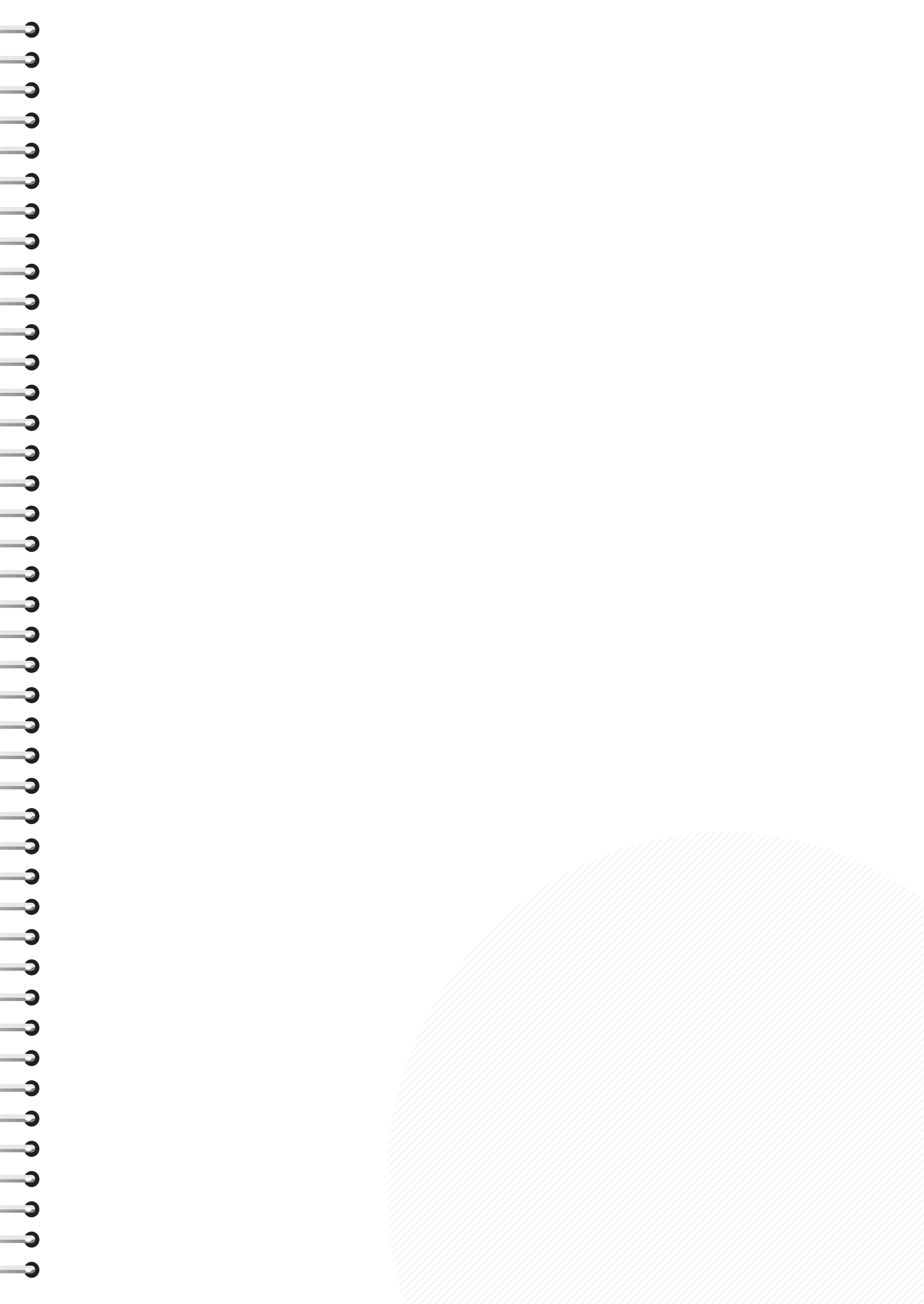
Pour prétendre à un poste de responsable de projets en évolution professionnelle, vous devez posséder un diplôme Bac +5 de type master, de préférence avec une spécialisation en sciences humaines.

Source : Référentiels métiers de la Branche - OPIIEC (Observatoire Paritaire des métiers de la Branche) - 2010.

Et pour aller plus loin, nous vous invitons à visiter notre site où vous découvrirez notre chaîne TV, nos contenus pédagogiques, nos offres de stage et contrats d'apprentissage, un zoom sur nos événements et Coach'Emploi, l'outil d'aide à l'insertion professionnelle.

Plus d'infos sur : www.avenir-etudes-conseil.com

Ce guide est réalisé dans le cadre de la convention de coopération entre le Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche et la Fédération Syntec signée le 23 décembre 2008 et de son financement par la taxe d'apprentissage.




COACH'Emploi


SYNTEC Conseil
en Evolution
Professionnelle


FEDERATION
SYNTEC


MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE